revista del
consumidor
No. 46
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR DICIEMBRE DE 1980 QUINCE PESOS

Navidad: ¿qué puede pasar si no regala nada?

Fin de año: no se ahogue con gastos ni con alcohol

La moda de los patines: nuevo rollo consumista

Inmobiliarias: timan con el sueño de la casa propia

Juguetes: cómo gastar menos

Cuidado con las ópticas que curan a primera vista

¡AGUILA CON SU AGUINALDO!

**EL AGUINALDO ES UN DERECHO,
NO UN REGALO NAVIDEÑO.**

**YA QUE LE COSTO TANTO GANARLO...
¿POR QUE DERROCHARLO?**

**GASTE LO NECESARIO Y AHORRE
PARA LO IMPRESCINDIBLE**

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL

DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Enrique Rubio

SUBDIRECTOR DE ORIENTACION Y DIFUSION
Fernando Aguilar Echávarri

SUBDIRECTOR TECNICO
Lic. Jorge Efrén Domínguez

SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
C.P. Javier Haro de Alba

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Jefe del Departamento Editorial: Carlos Ulanovsky. **Jefa de Redacción:** Norma Sinay. **Secretario de Redacción:** Sergio Jácome. **Redacción:** Susana Rodríguez, Bertha Trejo. **Corrector de Estilo:** Javier Jiménez Brito. **Fuentes Informativas: Subdirección Técnica** (**Coordinador:** Carlos Cárdenas, **Departamento de Ingeniería:** Ing. Luis Juárez Suárez, **Departamento Legal:** Lic Hugo Ares Badía, **Departamento de Estudios Económicos:** Lic. Gerardo Alvarez, **Asesor Médico:** Dr. Raúl Nieto Valdez, **Informática:** Lic. Gustavo Salinas Iñiguez), **Procuraduría Federal del Consumidor:** Esteban Valentino, **Congreso del Trabajo:** Departamento de Difusión. **Arte y Diseño:** Francisco Estebanez, **Ilustración y Maqueteo:** Jorge Aguilar, Augusto Apón, Ricardo Baeza, Rodolfo Coronel, Audomaro Herrera. **Producción Gráfica y Archivo:** Lisette Reynaud. **Asistentes Unidad Editorial:** Ernestina Avilés, Guadalupe Roldán, Humberto Hernández, Antonia García Gómez, Gilberto Ruz. **Departamento de Planeación:** Dr. José Medina Pichardo. **Distribución y Suscripciones:** Gilda Sánchez.

CREDITOS FOTOGRAFICOS

Página 2: Jaime A. Arroyo, Archivo. **7:** Archivo. **10:** Archivo. **13:** Archivo. **16:** J.A. Arroyo. **19:** Oscar Paoloni. **20:** Martha Merkin. **22 y 23:** J.A. Arroyo. **25:** Archivo. **26:** C.R. Domínguez. **28:** Archivo. **30-32:** J.A. Arroyo. **34:** Archivo. **35:** O. Paoloni. **38:** O. Paoloni. **40:** J.A. Arroyo. **42:** Archivo. **44:** Archivo. **45:** J.A. Arroyo. **46:** Archivo. **47:** J.A. Arroyo.

ILUSTRADORES: Alberto Isaac, Carlos Dzib, Güidel, Fabián Cereijido, Jorge Aguilar, Augusto Apón, Ricardo Baeza, Rodolfo Coronel, Francisco Estebanez, y Audomaro Herrera.

EDITORIAL

171-46-01

Conforme a la Ley de Patentes y Marcas, dictada en 1975 pero que no ha entrado todavía en vigor, las marcas extranjeras tendrán que vincularse a nombres mexicanos, o para decirlo más exactamente, a nombres en español.

La motivación de este dispositivo es claramente comprensible. Se inscribe en el mismo orden de pensamiento de medidas análogas que en el pasado se dictaron, con poco éxito. Por ejemplo, un ordenamiento municipal dispuso que en el Distrito Federal no hubiese establecimientos comerciales con nombres extranjeros. La medida fue rápidamente eludida mediante la simulación.
Un famoso bar, verbigracia, llamado "Splendid" arregló la cuestión colocando al comienzo y al final de la palabra una "e" y una "o" tan minúsculas que casi pasaban inadvertidas, pero que eran bastantes para probar el cumplimiento de la disposición legal.

En el caso de las marcas, ni siquiera a eso hemos llegado. Ya nos habíamos ilusionado con la idea de que aparecieran marbetes como "Chevrolet-Guadalajara", o "Raleigh-Juárez" o "Gillete-Tlayacapan". Pero todavía demoraremos un rato en ver así modificadas marcas como ésas. Los representantes de tales nombres comerciales se han defendido como gatos boca arriba, y con tan buen éxito que, como dichos felinos en tal posición, han logrado que una y otra vez se aplace el momento en que se haga en verdad obligatoria la vinculación de marcas.

En el fondo la cuestión en sí no es tan grave. Ciertamente se satisface un plausible afán nacionalista al buscar que las marcas extranjeras queden, al menos, mitigadas por la inclusión de palabras en español. Por lo demás, si así lo ha dispuesto la Ley, preciso es que se cumpla o se promueva su modificación. Pero a nadie, ni al gobierno ni a los propios productores, le conviene entrar en la simulación o en una permanente lucha por aplazar, una y otra vez, el momento en que entre en vigencia esa parte de la Ley.

El asunto de fondo es el de la trasnacionalización de nuestra economía. Igual que la mona sigue siendo la misma aunque se vista de seda, los productos con nombre extranjero seguirán siendo extranjeros aunque les pongamos un apellido que nos resulte más familiar. Reparar en ese fenómeno y adquirir plena conciencia de sus dimensiones y de sus consecuencias constituyen la condición primera para luchar por reducirlo, hasta eliminarlo.

-DIGAMOS ESTE NUMERO QUIENES REGALAN POCO Y CONVIENEN MUCHO.

SUMARIO

TALLERES MECANICOS
Pág. 33

Prevéngase tras la descompostura del auto

CALAMAR
Pág. 40

A 30 pesos el kilo.
¿Por qué no en la cena navideña?

Feliz Navidad y mejor año nuevo

Y ADEMAS...

Editorial	1
Escriben los que consumen	3
Calendario	4
Trámites y servicios	6
El consumidor en el mundo	8
La voz de los trabajadores	10
¿Qué pasa si no regala nada?	12
Hágales juguetes "padres"	16
La moda impone el consumo de patines	20
No se maree con gastos ni con alcohol	22
Que no lo curen a primera vista	27
Inmobiliarias: construyen engaños	30
Foto-denuncia	38
Consuma: no reste	39
Nacho Bravo, reportero en la Procu.	48

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de información, capacitación y orientación a los consumidores.

La Revista del Consumidor tiene como objetivo ofrecer a sus lectores recomendaciones acerca de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar, y consejos para la preservación de la dignidad humana y el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.

El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista.

Esta publicación no acepta anuncios publicitarios; no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales.

No se autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Los productos que se utilizan en la elaboración de los Estudios Comparativos son adquiridos por el Instituto Nacional del Consumidor en los centros de venta, en las mismas condiciones en que los adquieren normalmente los consumidores.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos y estudios incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

No se devuelven originales.

Dirección: Insurgentes Sur 1871, México 20, D.F. Teléfono 550-47-55.
Suscripciones: diríjase a Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1871 México 20, D.F., o al Apartado Postal 20600.

PRECIOS	REPUBLICA MEXICANA	EXTRANJERO
Ejemplar suelto	$ 15.00 M.N.	U.S.$ 2.00
Suscripción anual (12 números)	$ 150.00 M.N.	U.S.$ 20.00
Ejemplar atrasado	$ 20.00 M.N.	U.S.$ 3.00

Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor Asesoría Jurídica, Licenciada Reina María de Allende, Insurgentes Sur 1871 6o. Piso, México 20, D.F. o al Apartado Postal 20600, México 20, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Offset Multicolor, Calzada de la Viga 1362, México, D.F. Tipografía: Multiservicios Publicitarios, Avenida Universidad No. 1499, México 21, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la SEP oficio No. 504-1081, del 19 de octubre de 1976. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional del Derecho del Autor. Registrada como Correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, oficio No. 6339, expediente No. 09170-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.

Escriben los que

IRREGULARIDADES EN A.D.O.

El señor Isidro Morales Montiel, de Tlalnepantla, Méx. escribe con relación a las anomalías padecidas por él en el servicio de la línea de autobuses foráneos A.D.O.

Apunta que las unidades no son suficientes para satisfacer la demanda —en el caso de viajes México-Veracruz— y que la mayoría de los autobuses están en pésimo estado, lo que provoca que muchas veces se queden parados en el camino por fallas mecánicas.

Además, el señor Morales denuncia que nunca salen a tiempo; **"en una ocasión permanecí en la terminal más de dos horas antes de salir".**

RESPUESTA

Agradecemos su denuncia respecto del pésimo servicio y atención que le ha brindado la empresa A.D.O. y consideramos que servirá como antecedente y pauta para evitar que continúen estos malos procedimientos, lacra para el fomento del turismo nacional y extranjero.

En cuanto a su petición de hacer llegar su queja a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, procedimos a girar un oficio a las autoridades correspondientes para que se tomen las medidas necesarias, se cumplan los reglamentos y se mejore el funcionamiento de dicha línea camionera.

PROMOCION INCUMPLIDA

Con respecto a una promoción de gelatinas Pronto nos escribe el señor Francisco Jáuregui Sánchez, de Guadalajara, Jal.

El compró gelatinas Pronto y envió los cupones que le daban derecho a participar en un concurso cuyos resultados se publicarían —según las bases impresas en los paquetes de gelatina— en el Excelsior y El Heraldo del 31 de julio de 1980.

"Compré los periódicos de esa fecha —señala— y para mi sorpresa no había resultados. Me dirigí a esta

Nos interesaría conocer en detalle el pequeño o gran problema que, como consumidor, le aquejó en estos días. Podemos ayudarlo a una más adecuada resolución. Para ello, **puede usted acudir personalmente al Departamento de Promoción Directa en Insurgentes Sur No. 1871 Planta Baja, o hablar al teléfono 550-47-55 exts. 166 y 167, o bien escribir a la** Revista del Consumidor, **Asesoría Jurídica, al Apartado Postal 20600, México 20, D.F.**

empresa y no me dieron ninguna respuesta".

RESPUESTA

Hemos enviado copia de su carta a la Dirección General de Desarrollo del Comercio Interior, de la Secretaría de Comercio, para que intervenga, ya que efectivamente se trata de violaciones a las disposiciones contenidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor y del Reglamento sobre Promociones y Ofertas.

VENTA CONDICIONADA

Para denunciar irregularidades por parte de los responsables de la tienda Conasupo de Federico Escobedo 227, en Salamanca, Gto., escribe el señor Jesús Morales Sánchez.

El lector señala que condicionan la venta de productos como frijol y azúcar, a la compra del "mandado" u otros productos.

"Además —dice— **los responsables de esta tienda venden productos 'Alianza' a revendedores".**

RESPUESTA

Consideramos lo valioso de su carta al exponer esta serie de irregularidades, sabedores que la acción del consumidor es la base para corregirlas.

Hemos enviado copia de su carta a la Gerencia Regional de Conasupo en esa población, con nuestra súplica de atender los problemas que usted nos ha planteado.

PREGUNTAS SOBRE LA LECHE

Con relación a la leche homogeneizada y pasteurizada, escribe el señor H.T.S. de esta ciudad. **"¿Es en realidad leche de vaca?"**, inquiere.

"Pregunto lo anterior —aclara— **porque no sabe a leche; después de probar leche bronca, la homogeneizada me supo a agua rara. También quisiera saber por qué se prohibió la venta de leche de establo".**

Asimismo, el lector solicita que se le diga cuál es el nivel proteínico de la leche pasteurizada.

RESPUESTA

Solicitamos un estudio a la Unidad de Análisis sobre Productos Perecederos, de este Instituto; he aquí los resultados:

- **La leche homogeneizada y pasteurizada sí es leche de vaca. La pasteurizada es aquella que se somete a un proceso térmico de higienización para librarla de agentes patógenos; es un proceso no sólo recomendable sino obligatorio. En caso de beber leche "bronca" debe hervirla durante un mínimo de 10 minutos.**
- **La leche homogeneizada es la que se somete a un proceso en el que sus glóbulos grasos son divididos finalmente, para que la grasa y las vitaminas solubles se dispersen en todo el líquido. Respecto del contenido neto de proteínas de la leche, es de 3 a 3.5 gramos por cada 100 mililitros.**
- **La venta de leche de establo se prohibió en virtud de que un control sanitario inexistente puede provocar que se distribuya leche de vacas enfermas (o adulterada con agua, bactericidas y otras sustancias prohibidas). Además, existe el riesgo de contaminación por la manipulación antihigiénica.**

FORO DEL CONSUMIDOR

Agradecemos las cartas enviadas al programa "Foro del Consumidor." La señorita Judith Granados Cervantes nos escribe interesantes conceptos acerca de los precios y la honestidad de los comerciantes.

Asimismo, la niña Margarita Limón, de 8 años de edad, habitante de Arandas, Jal., nos envía dibujos relacionados con la vida de su comunidad. Por su parte, Jenaro González Vázquez, del Distrito Federal, nos pide folletos que lo orienten en sus compras, como el ABC del Consumidor.

IMPUESTOS

Para conocer si es correcta la cantidad que le descuentan por concepto de impuesto sobre el producto del trabajo, y sugerir que en algún número de **Revista del Consumidor** se aborde el tema, escribe el señor Fernando Pérez G. de Ciudad Lázaro Cárdenas, Mich.

RESPUESTA

Hicimos los cálculos de acuerdo a los recibos que nos envía y descubrimos que no coinciden con lo que en realidad debería pagar. Le sugerimos acuda a la Administración Fiscal Regional que le corresponda, en este caso la del Centro, ubicada en Alvaro Obregón 312, apartado postal 325, Celaya, Gto. teléfono 233-90, extensión 136.

Por otra parte, en el número 26 de Revista del Consumidor **se publicó una información clara y completa acerca de cómo puede el trabajador determinar sus impuestos.**

ACUSE DE RECIBO

Recibimos carta del señor José Malaquías Jurado, de Salamanca, Gto., quien vierte palabras de elogio para Revista del Consumidor **y desea que se difunda más. Gracias. Asimismo, escribe Sylvia Carlock, de Morelia, Mich., para preguntar por el "Huerto en el Jardín" (R. del C. 31); le informamos que el señor Marco Buenrostro puede orientarla en el teléfono 510-19-17. (Ver "Escriben los que consumen" del número 42).**

También escriben los señores Tomás Maldonado y Rafael Oropeza para quejarse por la difusión del comercial de un automóvil, totalmente en francés (el comercial, claro): "la gran mayoría de los mexicanos —dice el señor Maldonado— **estamos muy orgullosos de serlo y no nos interesa convertirnos en ciudadanos de otro país al comprar tal o cual producto".**

Calendario de Diciembre

EL CLIMA EN LOS ESTADOS

ESTADO	TEMPERATURA PROMEDIO (°C)	LLUVIAS (mm)	No. HELADAS AL MES
Aguascalientes	13.9	11.3	7
Baja California	13.1	12.4	2
Baja California Sur	19.4	26.3	2
Campeche	23.6	27.6	0
Coahuila	12.1	14.1	8
Colima	23.1	29.3	0
Chiapas	22.1	20.0	0
Chihuahua	9.9	11.9	20
Durango	12.4	14.3	10
Guanajuato	14.7	12.8	5
Guerrero	26.6	9.8	1
Hidalgo	12.1	5.3	6
Jalisco	15.3	12.0	6
México	10.4	9.3	10
Michoacán	14.5	9.4	4
Morelos	18.8	2.8	3
Nayarit	18.1	37.4	1
Nuevo León	14.9	19.0	6
Oaxaca	18.0	2.8	6
Puebla	14.1	7.7	5
Querétaro	15.3	9.5	5
Quintana Roo	23.2	82.0	0
San Luis Potosi	13.9	8.2	7
Sinaloa	20.3	41.6	2
Sonora	18.2	13.8	7
Tabasco	23.5	172.2	0
Tamaulipas	18.0	9.2	2
Tlaxcala	14.0	5.9	10
Veracruz	22.0	26.2	1
Yucatán	23.4	32.3	0
Zacatecas	10.2	7.1	10

Nota: Precipitación fluvial de 0 a 10 mm son lluvias ligeras; de 10 a 20 mm son lluvias ligeras por horas; de 40 a 80 son lluvias ligeras y fuertes por horas; de 80 a 160, lluvias fuertes por horas; 160 a 320, lluvias ligeras y fuertes que duran todo el día; de 320 a 640 mm, lluvias que duran días.

EL CLIMA DEL D.F.

El último mes del año es el segundo con más frío (el primer puesto se lo adjudica enero). La temperatura oscila entre 22.9° C de máxima y 5.6° de mínima. Son escasísimas las lluvias, pero aumentan las heladas: entre 10 y 15 a lo largo de todo el mes. Mañanas brumosas y tardes frías, pero con sol.

LA SALUD

Pre-posadas, posadas, comidas de despedida de año, cena de Navidad, todo esto acompañado de comida y bebida en exceso provocan el aumento de intoxicaciones alcohólicas y accidentes de todo tipo. Además, el frío intenso sigue incrementando los problemas de tipo respiratorio: seguimos recomendando las mayores precauciones respecto del clima. Recuerde que un catarro mal cuidado puede dejar serias secuelas en el organismo.

Dr. Eduardo Gonzáles P. (IMSS)

días de gastar

dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

SANTORAL
LAS REINAS DEL SANTORAL MEXICANO HACEN SU ENTRADA TRIUNFAL EN DICIEMBRE: SE TRATA DE LAS CONCHITAS (el 8) Y LAS GUADALUPES (el 12). POR SI ESTO FUERA POCO, PARA EL DIA 13 APARECE STA. LUCIA, EL 15 SE TRATA DE SAN ARTURO, EL 23 SE FESTEJA STA. VICTORIA EL 29 A SAN JUAN APOSTOL, Y SANTA LEONOR. PARA TODOS ELLOS, NO COMPRE, AFECTO ¡REGALELO!

¡TODAVIA FALTAN 4 FECHAS CONSUMISTAS PARA TERMINAR 1980!

~~1o. de enero: Año Nuevo.~~

~~6 de enero: Día de Reyes.~~

~~2 de febrero: Día de la Candelaria.~~

~~2 al 5 de febrero: Puente de la Constitución.~~

~~14 de febrero: Día de la Amistad.~~

~~15 de marzo: Día del Compadre.~~

~~21 de marzo: Comienzan las "baratas de primavera" y surge otro puente.~~

~~1o. al 6 de abril: Semana Santa.~~

~~Cualquier día: Ofertas de primavera y ventas pretemporada de verano.~~

~~30 de abril: Día del Niño.~~

~~1o. al 5 de mayo: Puente de la Batalla de Puebla.~~

~~10 de mayo: Día de las Madres.~~

~~15 de mayo: Día del Maestro.~~

~~5 de junio: Jueves de Corpus Christi.~~

~~15 de junio: Día del Padre.~~

~~21 de julio: Comienzan las "baratas veraniegas".~~

~~Septiembre: Comienzan las clases.~~

~~1o. de septiembre: Informe presidencial, puente.~~

~~15 al 16 de septiembre:~~ Independencia Nacional.

~~31 de octubre: Noche de Halloween.~~

~~2 de noviembre: Día de Muertos.~~

~~20 de noviembre: Puente de la Revolución.~~

12 de diciembre: Día de las Lupitas; flores, mariachis, restaurantes a reventar, caos urbano en esta fiesta nacional.

16 de diciembre: Comienzan las posadas, y con ellas la mayor avalancha consumista del año.

25 de diciembre: Navidad. La fecha más importante para los cristianos... y para los comerciantes. El niño que nació ese día trajo un mensaje de amor, no de consumismo.

31 de diciembre: Fin de Año. Si logra llegar a esta fecha con los bolsillos ilesos... ¡Felicidades!

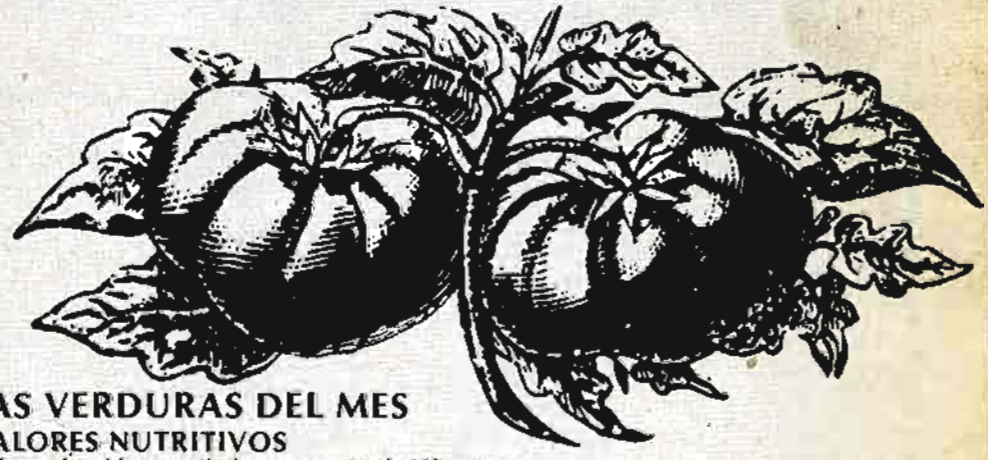
LAS FRUTAS DEL MES

VALORES NUTRITIVOS

Valores obtenidos a partir de una muestra de 100 gramos

FRUTA	Calorías (k cal)	Proteínas (g)	Grasas (g)	Carbohidratos (g)	Calcio (mg.)	Fósforo (mg.)	Hierro (mg.)	Tiamina (mg.)	Riboflavina (mg.)	Niacina (mg.)	Acido Ascórbico (mg.)	Retinol (mcg.)
Aceituna	233	1.7	25.0	4.3	122	14	3.00	0.03	0.24	1.0	0	—
Chicozapote	76	0.7	1.1	18.0	31	9	1.49	0.02	0.00	0.3	12	0
Dátil	107	1.7	0.3	27.3	51	30	1.31	0.07	0.05	0.6	6	—
Guayaba	52	1.1	0.6	12.0	33	39	0.74	0.05	0.04	1.2	150	0
Lima	20	0.5	0.0	5.0	16	18	2.07	0.05	0.03	0.3	54	2
Limón mexicano	30	1.0	0.2	9.2	55	23	1.48	0.06	0.03	0.2	42	4
Mandarina	44	1.0	0.0	11.2	65	20	0.34	0.10	0.03	0.2	71	108
Naranja (cajera)	50	1.0	0.7	11.2	46	21	2.52	0.11	0.03	0.4	51	0
Naranja (jugo)	37	0.4	0.3	9.3	11	15	0.70	0.05	0.02	0.2	53	40
Papaya	25	0.5	0.1	6.2	23	12	0.46	0.05	0.04	0.3	48	22
Plátano	86	1.4	0.3	22.0	12	27	1.78	0.09	0.05	0.5	12	63
Tamarindo	258	5.9	0.8	64.4	139	135	4.62	1.38	0.16	3.1	8	10
Tejocote	87	0.8	0.6	22.0	94	33	1.56	0.04	0.05	0.4	46	424
Toronja	46	0.8	0.4	11.1	29	24	1.32	0.01	0.03	0.3	53	3

(Fuente: CONAFRUT E INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICION)



LAS VERDURAS DEL MES

VALORES NUTRITIVOS

Valores obtenidos a partir de una muestra de 100 gramos.

VERDURA	Calorías (k cal)	Proteínas (g)	Grasas (g)	Carbohidratos (g)	Calcio (mg.)	Hierro (mg.)	Tiamina (mg.)	Riboflavina (mg.)	Niacina (mg.)	Acido Ascórbico (mg.)	Retinol (mcg.)
Jitomate	11	0.6	0.1	2.4	59	0.4	0.07	0.05	0.8	17	507
Lechuga	19	1.3	0.1	4.1	25	0.6	0.14	0.05	0.3	6	44
Pepino	12	0.9	0.2	2.4	24	2.5	0.03	0.04	0.3	13	1
Zanahoria	44	0.4	0.3	10.5	26	1.5	0.04	0.04	0.5	19	664
Camote	103	1.0	0.4	24.0	41	2.4	0.09	0.03	0.6	23	81
Berenjena	26	1.4	0.2	5.9	8	0.5	0.05	0.05	0.8	8	0
Betabel	49	2.1	0.2	10.9	21	1.5	0.02	0.05	0.3	20	0
Calabacita	18	1.8	0.1	3.7	25	5.0	0.06	0.06	0.5	13	27
Calabaza criolla	17	1.9	0.1	3.2	25	3.3	0.08	0.03	0.4	23	123
Cebolla	40	1.5	0.2	9.0	32	1.2	0.04	0.03	0.3	12	5
Chícharo	140	9.0	0.3	25.5	37	2.8	0.33	0.10	2.3	60	52
Chile jalapeño	23	1.2	0.1	5.3	25	2.0	0.06	0.04	0.6	72	28
Chile serrano	35	2.3	0.4	7.2	35	1.6	0.14	0.05	1.3	65	56
Col	26	2.3	0.1	5.4	38	1.4	0.10	0.06	0.6	38	2
Espinaca	16	2.9	0.4	1.7	66	4.4	0.10	0.16	0.5	40	323

(Fuente: SECRETARIA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAULICOS e INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICION)

Para salir del país

Para poder salir de la República, todo ciudadano mexicano que tenga más de 18 y menos de 40 años de edad, deberá presentar la Cartilla del Servicio Militar Nacional. Lo mismo deben hacer los naturalizados menores de 25 años.

Asimismo, quien esté interesado en salir de México deberá presentar el Pasaporte vigente y la visa del país al que se dirige. En caso de que el viajero sea menor de 18 años, es necesario que vaya acompañado por sus padres o que porte una carta notarial que acredite el permiso de la persona que lo acompaña. Si viaja solo, deberá cumplir con los requisitos que marca la ley.

Aclaración sobre vivienda

Por un error de imprenta, en la sección Trámites y Servicios de la **Revista del Consumidor** 44, se consigna el teléfono 595-80-88 como el indicado para obtener orientación sobre trámites para construir casa, así como asesoría técnica, legal y jurídica al respecto. **El teléfono correcto es el 597-80-88, extensiones 191, 192, 214, 168 y 161.** Para mayores informes acuda al Congreso del Trabajo, Ricardo Flores Magón 44.

Bibliotecas de servicio gratuito

Para quien gusta de la lectura, o necesita llevar a cabo consultas bibliográficas, la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos cuenta con bibliotecas gratuitas para todo público en las siguientes dependencias:

— **Instituto Nacional de Investigación Pecuaria.** Kilómetro 15 1/2 Carretera México-Toluca. Teléfono 570-35-01.

— **Instituto Nacional de la Leche.** Recreo 14, colonia del Valle. 534-50-18 y 534-51-17.

— **Subsecretaría Forestal y de la Fauna.** Aquiles Serdán 27, 7° piso. 510-92-81 y 512-57-02.

— **Dirección General de Investigaciones y Capacitación Forestal.** Av. Progreso 5 planta baja. 554-04-22 extensión 142.

— **Comisión de Aguas del Valle de México.** Balderas 55, 2° piso. 585-50-66.

— **Comisión del Plan Nacional Hidráulico.** Tepic 40, 3er. piso. 574-22-06.

161-119-01 Luz para todos

El servicio de energía eléctrica en el Distrito Federal, así como en los estados de Morelos, México, Hidalgo y parte de Guerrero, Puebla y Michoacán, corre a cargo de la Compañía de Luz y Fuerza del Centro (en liquidación).

Para contratar el servicio hay que acudir a la sucursal correspondiente y presentar los planos de la instalación eléctrica aprobados por la Secretaría de Comercio. El precio del contrato oscila entre 300 y 500 pesos si el servicio es monofásico.

De 7 a 15 días después se aprueba la solicitud si todo está correcto y se instala el servicio.

La sede central de la Compañía de Luz se encuentra en Melchor Ocampo 171, colonia Anáhuac. Para mayor información llame al 518-00-80, extensión 558; y para quejas al 535-16-67 y 566-20-66.

El horario para contratar el servicio en el D.F. es de **8:30 a 13 horas.** Para pagar, es de **8:30 a 15 horas.**

Pero no para desperdiciar

Ante el derroche de energía eléctrica que padecen las grandes ciudades —México no es la excepción— conviene tomar en cuenta algunas medidas para, al menos, disminuirlo:

- No utilice focos más grandes de lo necesario; normalmente son suficientes los de 60 watts.
- Siempre apague los focos que no utilice; le durarán más y ahorrará electricidad.
- Cuide el tiempo que duran conectados los aparatos que producen calor, como planchas y parrillas; son los de mayor consumo.
- No ponga monedas o papel estaño en vez de fusibles o tapones pues peligra su instalación y pueden provocarse incendios.
- Haga revisar sus aparatos y su instalación si los fusibles se funden con frecuencia.
- Apague su televisor, radio o tocadiscos si nadie los atiende.
- Revise periódicamente sus aparatos eléctricos para eliminar fallas en los cables.
- Elimine frecuentemente la escarcha de su refrigerador. Enfriará mejor y utilizará menos energía.
- Planche toda la ropa de una sola vez comenzando por la de algodón, que es la que requiere más calor.
- Cambie los apagadores y contactos defectuosos; así evitará que se dañe su instalación.
- Haga revisar su instalación si el medidor trabaja cuando están apagadas las luces y desconectados todos los aparatos eléctricos.

200-37-01

Campaña permanente de seguridad vial

Según las estadísticas, de cada 100 accidentes automovilísticos, 80 son responsabilidad del conductor, 5 son por causa del camino, 4 por algún pasajero, 5 por un agente natural y 6 por las condiciones del vehículo.

Es así que el Departamento de Educación y Seguridad Vial ha implementado acciones tendientes a que el conductor extreme sus precauciones, principalmente al salir a carretera. Esto se realiza a través de una Campaña Permanente de Seguridad Vial que se intensifica 15 días antes de los "puentes" y días festivos.

Hasta el momento se han trasmitido más de 64,800 mensajes a través de 150 radiodifusoras, y se difunden un promedio de dos anuncios diarios por televisión; asimismo las salas de Operadora de Teatros transmiten anuncios cinematográficos al respecto.

Además, la campaña permanente ha contado con la distribución de folletos en las casetas y al inicio de las carreteras; también se han colocado carteles en lugares de gran afluencia. Todos los mensajes presentan problemas de tránsito y su posible solución.

AEROMEXICO INFORMA

Las reservaciones de espacio deberán hacerse con anticipación suficiente, ya sea personal o telefónicamente. No se harán reservaciones para menores de dos años, salvo que el acompañante solicite un asiento para el infante y pague la mitad de la tarifa. Aun cuando no se solicite asiento para el infante, éste deberá ser documentado en el mostrador, donde se le dará el pase correspondiente. Los menores de edad, entre los dos y los 12 años, pagan la mitad de la tarifa.

Las reservaciones de regreso o continuación deberán reconfirmarse con un mínimo de 24 horas de anticipación a la salida de los vuelos, en rutas nacionales, y con 72 horas en rutas internacionales. En caso contrario, las reservaciones se cancelan automáticamente.

Cuando el horario y las condiciones de vuelo lo permiten, Aeroméxico le ofrece a bordo del avión, en forma gratuita, desayunos, comidas o cenas acompañadas de café o refrescos. Las bebidas alcohólicas se ofrecen a precios módicos.

150-119-01

Que no le den plomo por oro 250-47-01

Al comprar cualquier objeto de oro, conviene tomar ciertas precauciones; no sólo porque su cada vez más alto precio exige obrar así, sino porque existen ciertos secretos en su comercialización que en ocasiones utiliza el joyero para su beneficio.

El engaño parte de la ambigüedad que existe para señalar el contenido de oro, pues como se sabe, no todos los objetos contienen oro puro. Es así que existe oro de 8 quilates, 12, 14, 18, 22 o 24 quilates. Cuando el objeto contiene oro de 24 quilates quiere decir que es oro puro, sin ninguna aleación diferente, pero cuando es oro de 8 quilates quiere decir que sólo una tercera parte es oro. Es decir, que si un objeto de oro de 8 quilates pesa 150 gramos, solamente 50 gramos serán de oro; el resto serán distintas aleaciones. Sin embargo, las piezas de oro también se miden en milésimas; es así que hay oro de 1.000 (oro puro), oro de .500 (la mitad es oro), etc.

La confusión a la que nos referimos surge debido a que, por ley, la letra K representa tanto a quilates, como al oro; es así que un objeto marcado 8 K significa que es oro de 8 quilates y un objeto marcado .333K es oro de 333 milésimas. A raíz de esto, algunos joyeros le indican al consumidor que un objeto marcado .333 K es oro de 333 quilates, lo cual es absurdo ya que no puede haber oro de más de 24 quilates. Sin embargo, algunos consumidores inexpertos en joyería caen en el truco y creen comprar algo que supera a los 24 quilates cuando en realidad sólo es de ocho. Por eso, conviene saber que cuando aparezcan tres cifras se refiere a las milésimas. La siguiente tabla le ayudará a convertir milésimas en quilates y viceversa:

ORO EN QUILATES	ORO EN MILESIMAS
24	1000
22	916
18	750
14	583
12	500
10	416
8	333

Cabe señalar que el mínimo exigido para que un objeto sea considerado de oro es de 8 quilates. Además, todo objeto áureo debe estar marcado con los siguientes datos: Ley o quilataje del metal seguida del símbolo K; número de registro del productor; logotipo del producto, y una leyenda que diga "México" o "Hecho en México".

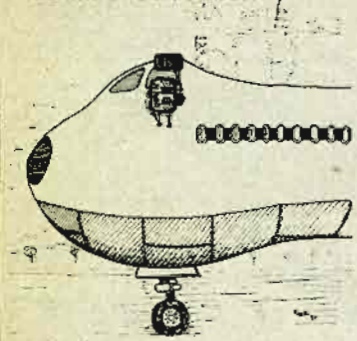
Y otra cosa: en la factura debe constar la ley o quilataje, modelo, clave, tipo y estilo del artículo. No dude en preguntar qué otros metales tiene la pieza y si quiere mayor seguridad acuda al Departamento de Contrastes de Metales Preciosos de la Secretaría de Comercio, ubicado en los siguientes lugares:

— Doctor Carmona y Valle 101-103. 578-72-07 y 761-22-22, extensiones 255 a 257. México, D.F.
— John F. Kennedy 31, 2° piso. 23-106 y 23-158. Taxco, Gro.
— Calz. Independencia 1035. 17-20-86, 12-43-41 y 18-88-58. Guadalajara, Jal.

el consumidor en el mundo

LA GUERRA DE LAS TARIFAS

Más vale un avión lleno con pasajes baratos, que una aeronave medio vacía con pasajes caros. Con esta simple consigna un empresario aeronáutico inglés, Freddy Laker, se lanzó hace un lustro a revolucionar el mercado aéreo. Ofreciendo vuelos transatlánticos Nueva York-Londres y viceversa en sus propios aviones, sin aceptar reservaciones previas y sin brindar ningún tipo de servicio (bar, comida, cine) durante el vuelo, Laker bajó las tarifas de mil a 200 dólares.



La innovación, que en ese momento (y desde entonces hasta hoy) significó una seria competencia para todas las aerolíneas comerciales, amenaza extenderse ahora, pues Laker anunció que planea llevar su sistema a toda Europa y a América Latina. Las aerolíneas, que ya estaban entre la espada y la pared por la constante alza de los precios del petróleo (y, por lo tanto del combustible), se encuentran ahora con la amenaza creciente que significa la idea de Laker (ya imitada en muchos países por pequeñas compañías para vuelos de cabotaje). Lo cierto es que el pionero ha demostrado una cosa cierta: precios bajos es sinónimo de más pasajeros y no de menos ganancias. Y, para el viajero, el punto no es tanto los lujos con que adornen su vuelo, sino, antes que nada, tener la posibilidad económica de volar. Lo cual, a esta altura del siglo veinte y de la civilización es casi un derecho.

(Aircraft Review, Estados Unidos)

Levi's pierde contra consumidores

A raíz de la acción organizada de los consumidores californianos, la empresa pantalonera Levi's deberá retribuirles un total de 12.5 millones de dólares (cerca de 286 millones de pesos). Así, se advierte en un recorte periodístico que nos envía un lector de **Revista del Consumidor.**

70-47-01

La causa del juicio fue algo parecido a lo que sucedió recientemente en México (Ver **Revista del Consumidor 41,** "Aurrerá se puso los pantalones"). La citada empresa cobró de más a los consumidores para obligar a sus distribuidores a vender los productos Levi Strauss a precios pre-establecidos por ella misma.

Aún no se ha precisado la manera en que alrededor de un millón de consumidores del estado de California recuperarán las cantidades pagadas de más por esta práctica monopólica, pero por lo pronto la empresa ha suspendido la conducta sistemática de fijar el precio a sus distribuidores. Resulta curioso que Levi's haya aplicado esta medida en su lugar de origen y siga practicándola en México; práctica que, cabe decirlo, fue denunciada oportunamente por **Revista del Consumidor**

(Excelsior, México)

¿NUTRIR O DEFORMAR A LOS NIÑOS?

01-25-01

Si las investigaciones que efectúa actualmente el Ministerio de Sanidad de Italia concluyen con resultados afirmativos, es probable que las inquietudes de muchos padres se transformen en pánico. Lo que se intenta saber es el verdadero efecto que algunos alimentos homogeneizados para niños, elaborados a base de carne, tienen sobre el desarrollo de los pequeños que los ingieren.

Todo se inició en julio de este año; en la provincia de Bergamo se descubrió un caso de anormal hinchazón en los senos de una niña alimentada con esos productos. Inmediatamente casos similares se detectaron en la provincia de Lucca, y un juez ordenó el cierre de dos fábricas de esos alimentos infantiles. Estas papillas a base de carne —a las que la publicidad intenta presentar como el paradigma de la nutrición infantil— son producidas en Italia por Cerber, Plasmon (ambos consorcios estadounidense), Bracco y Dieterba, compañías que cubren el 90 por ciento del mercado en el ramo. Miles de envases han sido embargados ya mientras el ministro de Sanidad, Aldo Aniasi, sostiene que, por el momento, conviene no dramatizar la situación. La causa de los efectos nocivos podría ser la presencia de hormonas como el estrógeno en los animales cuya carne se destina luego a estos productos. El estrógeno produce un hiperdesarrollo de los animales y, como consecuencia, más ganancias a sus criadores.

(Gente, Italia)

246-42-01

259 - 121-01

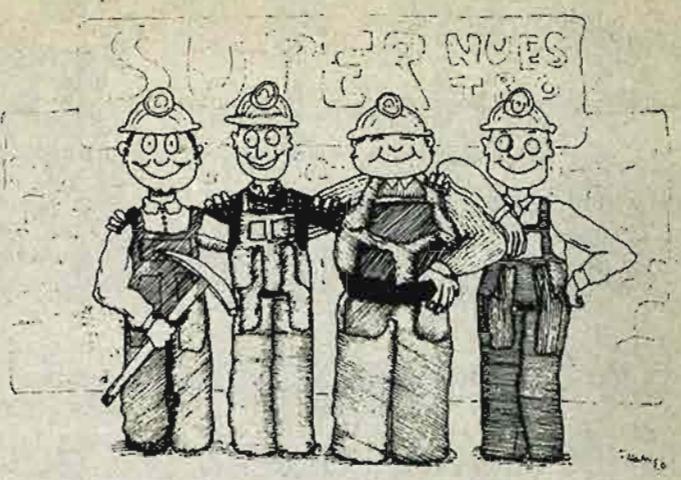
LA INFLACION LLEGA AL ESTOMAGO

Con una inflación que crece continuamente, los consumidores franceses parecen encaminados a cambiar viejos e inveterados hábitos. Hasta no hace mucho optaban por privarse de todo, menos de la comida. Ahora, en cambio, con un 10 por ciento de alza en las rentas, 25 en la electricidad, 30 en el agua y porcentajes similares en otros rubros, y con los salarios avanzando, por primera vez en diez años, más lentamente que los precios, se autoaplican restricciones alimentarias. El gigantesco y tradicional mercado de Rungis, en París, donde los capitalinos se abastecen de carne, verduras y frutas, despliega hoy una actividad inusitadamente pequeña.

Apegados a la consigna de que, ante la inflación, mejor desendeudarse, dirigen sus ahorros hacia la compra de artefactos electrodomésticos, automóviles, viajes. Una carrera desenfrenada, como si la inflación anunciara el fin del mundo.

(Le Figaro, Francia)

EL SUEÑO DEL SUPERMERCADO PROPIO



"Esta es una vieja necesidad que no podía postergarse más, especialmente porque los comerciantes cada día se aprovechaban más de nosotros con su práctica de subir los precios impunemente en los días de pago, adelanto de jornal o recibo de bonos", explican Armando Garrido Faunez, secretario general del Sindicato de obreros del Cobre de Rancagua, Chile, para fundamentar la idea puesta en práctica por el organismo que dirige.

Se trata de un moderno supermercado que acaba de inaugurarse en esa ciudad y cuyos propietarios son mil doscientos mineros agremiados en el sindicato. Ellos formaron una cooperativa y comenzaron a hacer aportes mensuales (esforzados, si se toma en cuenta que la situación de los trabajadores chilenos no es precisamente holgada), con miras a establecer el supermercado. Como resultado de ello alcanzaron a juntar un capital de dos millones de dólares. Y con eso montaron el establecimiento, que cuenta con equipos de refrigeración, clasificación de mercaderías y circuito cerrado de televisión, que otros comercios similares no poseen en el país sureño. También creció, desde la inauguración, el número de miembros de la cooperativa, que son hoy cuatro mil. Por supuesto, en esta historia hay beneficiados (los trabajadores), damnificados (los voraces comerciantes) y, también, un ejemplo.

(El Mercurio, Chile)

97-74-01

EL CUARTO DE LA COMPUTADORA

De acuerdo con previsiones de la Fundación Nacional de Ciencias del gobierno de Estados Unidos, a fines de este siglo (es decir, en veinte años más) será normal la presencia de una computadora en casi todos los hogares de las grandes ciudades. Los artefactos podrán ser más o menos complejos, según el uso al que se los destine. Refrigeradores, Televisores, estufas, máquinas de lavar, sistemas de aire acondicionado, cuidado de niños, controles médicos, sistemas de alarma, prácticamente todo funcionará a través de cerebros electrónicos. Incluso, por supuesto, la recepción de información ya sea enciclopédica, noticiosa o de servicios (precios en los supermercados, ofertas de trabajo, etc.). A este paso no resulta muy aventurado imaginar quién ocupará entonces el cuarto de servicio.

(National Science Foundation, Estados Unidos)

La arquitectura al servicio de la energía solar

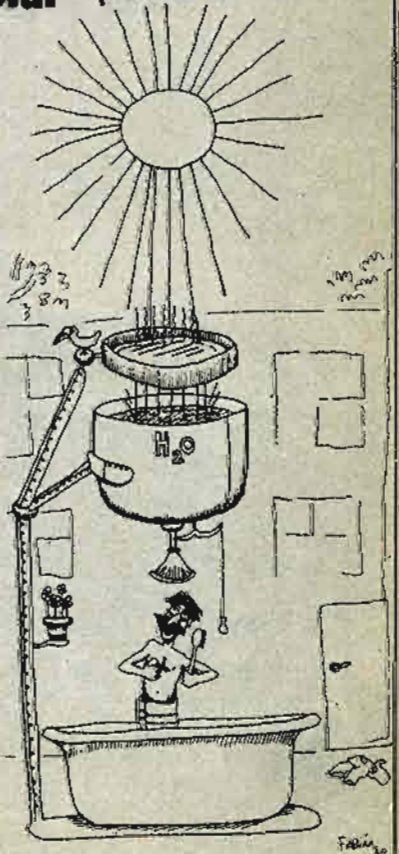
160-91-01

Un grupo de arquitectos, ingenieros y físicos ha unido sus esfuerzos en favor del aprovechamiento de la energía solar en lo que se llama Instituto Solar Arquitectura, de Buenos Aires.

Sus principales objetivos son realizar diseños arquitectónicos e industriales que aprovechen este poco utilizado energético. Algunos de los temas en que trabajan actualmente, son la dotación de agua caliente para algunas viviendas populares y la desalinización de aguas marinas.

Los profesionistas que forman la institución consideran que esta nueva corriente ecológica y arquitectónica revivirá las pequeñas comunidades al dotarlas de servicios que, en cierta medida, les permitirán reducir su dependencia de las grandes urbes.

(Mutantia, Argentina)



128-120-01

La voz de los trabajadores

CONGRESO DEL TRABAJO
UNIDAD Y JUSTICIA SOCIAL

Un buen propósito para el 81 es defender nuestros derechos

A pesar del carácter tutelar de la Ley Federal del Trabajo y los esfuerzos realizados por diversas instituciones sociales, durante el presente año que está por terminar los trabajadores han sufrido serios descalabros en su economía y en sus derechos.

Las constantes denuncias que llegan a la Unidad de Orientación y Quejas del Congreso del Trabajo por incumplimiento en el pago del salario mínimo, el reparto de utilidades, el aguinaldo, así como despidos injustificados sin la correspondiente indemnización, revelan que los abusos patronales se incrementan en la medida en que los trabajadores están desorganizados y desconocen sus derechos. En efecto, muchas veces la indiferencia o ignorancia que los trabajadores tienen sobre sus derechos propicia ese tipo de violaciones a la Ley.

Por ello, entre los propósitos de año nuevo, debe estar la defensa de nuestros derechos, y para defender estos derechos la organización sindical de los obreros es muy importante.

El organizarse en sindicatos y defender sus intereses son derechos que la Ley consagra en favor de los trabajadores. Además, mediante la organización sindical los trabajadores pueden obtener prestaciones sociales y económicas a través de la negociación del Contrato Colectivo de Trabajo como son: Becas, aportaciones para Programas de Cultura y Recreación, Seguro de Vida, vales de consumo, despensas y la instalación de tiendas sindicales.

Asimismo, la Ley Federal del Trabajo señala que los obreros tienen derecho a participar de las utilidades de la empresa, cuyo reparto deberá hacerse anualmente durante el mes de mayo.

El aguinaldo es otro derecho del trabajador, su monto deberá representar el equivalente a los 15 días de trabajo como mínimo y deberá entregarse antes del día 20 de diciembre de cada año.

Las normas laborales tienen previsto que el salario mínimo sea suficiente para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, que disfrute de un periodo vacacional por los menos una vez al año, que la duración de la jornada máxima de trabajo será de ocho horas y la de trabajo nocturno de siete.

Los trabajadores organizados en sindicatos defienden y amplían estos derechos a través de la negociación del Contrato Colectivo de Trabajo. Por ejemplo, mediante la negociación obtienen que el importe del aguinaldo sea el equivalente a 40 días de trabajo.

Asimismo, se introducen en el Contrato Colectivo de Trabajo diversas cláusulas económicas y de previsión social, que se traducen en la instalación de tiendas sindicales, en el otorgamiento de becas para la educación de los hijos y hasta transporte especial para los obreros, cuando el centro de trabajo está ubicado en un lugar de difícil acceso.

Claro que no siempre a la primera los patrones acceden a las demandas obreras, y aun cuando existe un

compromiso legal buscan la forma de eludir sus responsabilidades. Cuando los patrones no cumplen con la Ley y lo pactado con los obreros, éstos emplazan a huelga a la empresa por violaciones al Contrato Colectivo de Trabajo.

Los trabajadores que no estén organizados en sindicatos y tienen algún problema laboral pueden recibir asesoría legal acudiendo o llamando por teléfono a:

La Unidad de Orientación y Quejas del Congreso del Trabajo.
Av. Ricardo Flores Magón 44,
Col. Guerrero
Teléfono 597-80-88,
extensiones 161 y 168

Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo
Luis Moya y Arcos de Belén. Centro
Teléfonos 585-62-99 y 585-68-61

Si vive en el interior de la República puede acudir a las Juntas Locales de Conciliación y Arbitraje, ubicadas en las Delegaciones de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en los estados.

Recuerde: "El trabajo es un derecho y un deber social, no es un artículo de comercio, exige respeto para las libertades y dignidad de quien los presta y debe efectuarse en condiciones que aseguren la vida, la salud y un nivel decoroso para el trabajador y su familia."

En 1981 dispongámonos a defender derecho por derecho nuestros derechos. ¿Estamos en nuestro derecho, no?

conasupo

CONGRESO DEL TRABAJO
UNIDAD Y JUSTICIA SOCIAL

PESQUE JUGUETES Y JUEGUE CON LOS PESCADOS

Como todos los años, Conasupo y Congreso del Trabajo instalarán durante este mes de diciembre sus Centros Juguetifiesta que, en número de 1,600 estarán distribuidos en toda la República.

En esta ocasión algunos Juguetifiesta ofrecerán, además, algunas variedades de productos del mar, para que no sólo pesque juguetes a buenos precios, sino que juegue con las distintas variedades de pescado durante estas fiestas y salga ganando en nutrición y precio.

Las variedades que se ofrecerán son: atún, sardina, macarela, camarón y bacalao, así como pescado en aceite y pescado seco salado.

CHIFLIDOS Y FANFARRIAS

CHIFLIDOS

Múltiples chiflidos para la panificadora "El Soldado", de Lago Cascasónico 149; abarrotes "La Hidalguense", de Bolívar 379; la lechería "La Vía Láctea", de Preciado de la Torre 48; y la panadería "San Andrés", de Ahorro Postal 40-A.

La razón es la misma, y seguramente muchos otros expendios podrían incluirse. Todos ellos condicionan la venta de leche a la adquisición de otro producto. Además, primero venden la leche de menor calidad y después —condicionada— expenden la mejor.

FANFARRIAS

Las fanfarrias son para Mex-Hogar, de Cuitlahuac 3366, empresa inscrita en el régimen de conciliación telefónica de la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC) y que respondió a la hora buena. Resulta que un señor que compró un televisor afirma que no estaba cuando se lo llevaron; sin embargo en la boleta de venta aparecía la firma de recibido y el aparato ya no estaba en el negocio. Como es de suponer, la empresa no aceptaba la palabra del comprador. Sin embargo, a instancias de la PFC aceptó devolver el dinero del enganche.

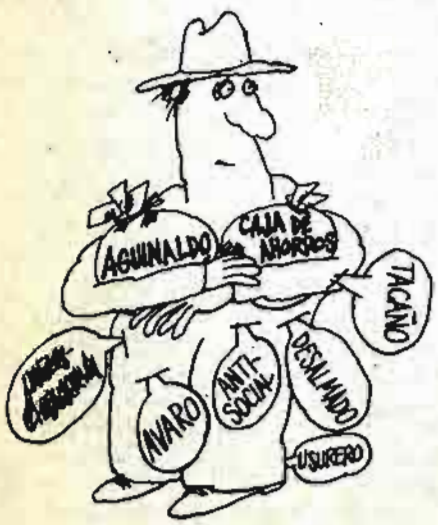
[Información: Procuraduría Federal del Consumidor]

177-23-01

ENCUESTA SOBRE LAS FIESTAS NAVIDEÑAS

¿Qué pasa si no regala nada?

Quizá la inercia en que nos vemos sumergidos no le ha permitido hacerse esta pregunta: ¿qué le puede pasar si decide no dar obsequios en estas celebraciones? ¿Acaso le dejarán de hablar?; ¿sus amistades lo verán como un "bicho raro y despreciable"?; ¿le retirarán los regalos que tenían para usted? ¿O quizás descubra que el cariño es el mejor presente para sus seres queridos? Para tener una idea más clara al respecto, hablamos con personajes famosos y consumidores de todos los días. Conocer sus opiniones puede ser ilustrativo.



ELENA PONIATOWSKA, escritora y periodista

"¿Que qué me puede pasar si no regalo nada? Yo no tengo ese tipo de relaciones con los demás. En Navidad les regalo a mis niños, pero en general algo que ellos escogen o piden. A mis amigos les regalo, pero no precisamente en esa fecha, sino cuando se me antoja; no es el pretexto la Navidad, con ellos tengo relaciones ya muy viejas, desde antes de que existiera la Navidad en el mundo."

MERCEDES CISNEROS, secretaria

"Si no diera regalos este año posiblemente lo notaran, pero no pasaría nada grave. Me parece que se puede demostrar la amistad en otra forma que con regalos. Pienso que los regalos deben darse cuando se siente y no cuando nos lo imponen en determinadas fechas como el día del compadre y la Navidad, que son muy comerciales. Esos anuncios en la televisión demuestran lo tremendo que es el comercio, que incita a la gente a que gaste más cuando no tiene necesidad".

JAIME SANCHEZ, peluquero de perros

"Pues ¿qué me puede pasar? No creo que pase nada por no regalar. Mis familiares y mis amigos me conocen bastante bien y saben cómo soy, entonces no les importaría que no les diera. Creo que sí son necesarios los regalos, pero cuando no se pueden hacer, pues no se hacen. Ahorita que está bastante dura la vida no hay para regalitos, francamente".

ADALBERTO MARTINEZ "RESORTES", cómico

"Antes que nada hay que regalar amor, eso no cuesta y es lo principal. Digo, porque lo que se compra, pues no... eso ya lleva interés. Primero hay que dar cariño al prójimo, pues es una fecha que hay que recordar, que es el nacimiento de Cristo. Eso de los regalos es moderno. Yo me acuerdo que de chico no se acostumbraba eso de regalar; se arrullaba al niño y se cantaba la letanía y después se cenaba, eso era todo. Eso de los regalos ya es cosa de los comerciantes, que lo han instituido para vender. Lo demás es anuncio; le están metiendo a uno que hay que regalar. No, no, no, eso es puro comercio y se olvidan de Cristo".

ROGELIO NARANJO, caricaturista

"Nunca he regalado nada y no me ha pasado nunca nada. La Navidad en mi casa no la festejamos, porque no somos católicos. Y para festejar, podemos festejar cualquier día."

SRA. MASCARUA Y GUADALUPE BRAVO, taquilleras de cine

M: "Aunque sí acostumbro regalar, yo creo que ahora los regalos van a ser muy especiales, para determinadas personas nada más, porque está todo carísimo. Yo creo que no es el regalo lo que importa, sino la estimación que se le tiene a la persona. Puede ser una insignificancia de regalo o puede uno no regalar nada; por ejemplo, una tarjeta alusiva es más que suficiente. Si no me regalan a mí no me preocupa, porque yo estoy bien segura del cariño de la gente que me quiere"

B: "Si no se da regalo no hay por qué molestarse, pues ¡imagínese!, de dónde agarra la gente si no tiene... ya con un buen modo es más que suficiente"

HUGO GOMEZ, despachador de una gasolinería

"Yo no me siento obligado a regalar, porque la situación está medio crítica como para hacer gastos extras. Si no regalara a quienes acostumbro dar no creo que pase nada malo, porque ven ellos la situación como está de crítica. Es más, yo cuando tengo oportunidad de regalarles algo, no es necesario que sea ni en un día de su cumpleaños, ni en Navidad; cuando puedo hacerlo, pues lo hago".

JAVIER VEGA, gerente de Blanco

"Sentiría cierta nostalgia, vamos, porque siempre estamos acostumbrados; ya es de tradición proporcionar regalos. Nunca he dejado de regalar, año con año lo hago. Estoy acostumbrado a dar regalos y si en una ocasión no diera, las personas lo tomarían a mal; pensarían que amanecí en este año pobre o que no les quiero dar regalo".

TOMAS MOJARRO, periodista

"Yo nunca regalo nada en ninguna Navidad. Yo no tengo amigos y mis familiares saben que me he

apartado en lo posible de esa gigantesca manipulación que es Navidad, y que no festejo día especial de ninguna clase. No solamente no festejo nada, sino que no acostumbro ni siquiera tomar vacaciones. Esta vida es muy corta como para ponerse a tomar vacaciones o como para unirse a la manipulación de la televisión comercial y a látere, para ponerse a alegrar por consigna, festejar por consigna y sentir los hermosos días navideños por consigna".

CHAVA FLORES, compositor e intérprete

"Si no regaláramos nada material en Navidad, yo creo que tendríamos afectos sinceros. Yo siempre recomiendo que la gente tenga cuidado con eso, porque gastar el dinero en obtener cariño no es práctico. El mejor regalo que se puede hacer es cumplir las promesas que se han hecho, dar un abrazo y estrechar una mano con fuerza, dar más amistad y más cariño a toda la gente. Ese es el mejor regalo que se puede hacer, y no en Navidad, sino todos los días".

YOLANDA MARTINEZ, encargada de un salón de belleza

"Bueno, pues si no hay dinero no regalaría yo nada, porque económicamente no andamos muy bien. Para mí no sería malo no regalar, pero los demás, como ya están acostumbrados a recibir obsequios, pues se sentirían mal y tal vez cambiarían de actitud hacia mí, dirían que ya no había interés por darles un obsequio. Alguna vez he dejado de dar regalos y he visto que no es lo mismo, porque las personas piensan recibir el obsequio el día 24 y cuando ven que no hay nada, no se sienten alegres, porque siempre quieren recibir una sorpresa. El modo de ser de una persona es muy distinto cuando no hay regalos. Todos esperamos que nos den un obsequio y cuando vemos que no hubo, pensamos que ya no nos quieren o nos ponemos a buscar la causa de que se comporten en esa forma".

ANA LUISA PELUFO, actriz

"Tal vez yo me sentiría rara, porque siempre tengo el deseo de regalar, sobre todo a mis familiares. Me sentiría espiritualmente como si no tuviera dinero y no tuviera espíritu navideño. Mientras he podido, nunca he dejado de hacerlo".

JERONIMO DIAZ, conductor de trolebús

"Me sentiría muy triste de no poder cumplir con ciertos regalos que ya son tradición. Acostumbro regalar a mi familia exclusivamente, pues para amigos ya no se puede. Nunca he dejado de regalar en Navidad porque es una tradición en el país y creo que mis hijos se molestarían si no les diera. Nada más que este año sí va a estar difícil, porque aquí tenemos un sueldo muy corto. Yo creo que este año no vamos a poder dar nada..."

EDUARDO MALLET, gerente de publicidad de Liverpool

"El hecho de que nos quedemos sin ese detalle puede que sea un poquito decepcionante. Los regalos definitivamente no son necesarios para vivir, pero son un bonito detalle. El significado de los regalos es pensar que alguien se acordó de uno. A mis amistades no les regalo, doy sólo a familiares. Nunca he dejado de hacerlo y no pienso, definitivamente, dejarlo de hacer".

SILVIA DERBEZ, actriz

"Pues, no debía uno de regalar ¿verdad? Nosotros hemos ido quitando poco a poco los regalos. Antes dábamos en Navidad, en cumpleaños, en santos, en muchas fechas. Ultimamente hemos hecho un pacto entre toda la familia, porque era ya francamente demasiado. Quitamos cumpleaños, después quitamos los santos, entonces quedamos en que nada más nos dariamos regalos en Navidad. Una Navidad no nos dimos, porque andábamos medio arrancados todos los de la familia, y esa vez la pasamos bien tristes, porque después de la cena viene el momento de abrir los regalos, y ese día no los hubo. Desde entonces volvimos a dar regalos en estas fechas, pero cosas por demás pequeñas, que a la vez sean útiles. Yo creo que el chiste es el gusto de abrir los regalos y la sorpresa al verlos, pero sin gastar demasiado dinero. Yo digo que ni tanto que queme al santo, ni tanto que no lo alumbre: no gastarnos los cientos de miles de pesos, pero tampoco pasarla totalmente tristes".

JOSE VICTORIA, encargado de un comedor universitario

"Me sentiría yo mal, desde luego, porque se ha incrementado a través del tiempo el que regales algo a cualquier ser querido; me sentiría un poco triste por la escasez de moneda. En cierta forma pienso que las personas a las que no les diera se sentirían tristes también, sobre todo los niños. Las personas mayores que más o menos comprenden la situación económica entenderían los momentos difíciles que se están atravesando. Ahora que yo considero que el regalar no es propiamente cosa de Navidad, regalar se puede hacer en cualquier temporada del

año, en cualquier lugar y a cualquier persona; el espíritu navideño creo que es más que nada conmemorar determinada fecha de la religión cristiana. Navidad es una fecha mu cho muy hermosa porque se aprende a renovar esos buenos deseos para con el prójimo, para con la gente."

JOSE AGUSTIN, escritor

"Pues no me pasaría nada, ¿no? Durante un tiempo yo no daba nada, ni mandaba tarjetas de Navidad ni nada; se me hacía una cosa totalmente idiota. Ahora sigo pensando que es una cosa absolutamente superflua, no es nada esencial, pero es bonito dar regalos, ¿no? Acostumbro regalar a mis hijos, a mi esposa, a alguna gente de mi familia, pero yo no creo que se ofendieran en lo más mínimo si no les doy regalo...bueno, mis hijos quizá serían quienes se preocuparían. El resto de la gente no lo tomaría en cuenta, pues es gente sensata... ¡Si no es obligación regalar!"

MARIA GONZALEZ, vendedora de un puesto de jugos

"Yo ni regalo, ni me regalan... nunca. Pues dicen que hay mucha gente que se regala, ¿verdad? Pues está bien la amistad, pero a mis amigos yo nunca les doy y ellos nunca me dan..."

FELIX AQUINO, mecánico automotriz

"Creo que sí son importantes los regalos para festejar la Navidad, pero yo también la celebro con vino, cenando, estando todos contentos, platicando y bailando. A mis hijos les regalo ropa y si no les diera este año creo que se sentirían incómodos".

MA. HILARIA CARRASCO NOLASCO, directora de la Secundaria 52

"Yo me sentiría triste, porque una de las cosas fundamentales que hago es recordar a las personas en Navidad porque muchas veces por las mismas condiciones de trabajo nos alejamos de las amistades, y como que ese día es tan especial para volver a renovar el cariño y el afecto de las personas. Para mí regalar es una manera de demostrar afecto. Si no regalara nada este año yo me sentiría tristre, sentiría que no había cumplido con algo que estoy acostumbrada a hacer siempre. Y los demás quizá pensarían que ya los había olvidado. Jamás he dejado de regalar".

RAFAEL BANQUELLS, actor

"Pues hombre, de pasarme, no me pasaría nada. Lo que sucede es que desde hace muchos años existe la costumbre de hacerlo. Yo no soy un hombre muy observador de fechas. La única cosa que he conservado a través de los años, porque me lo inculcó desde pequeño mi padre, es la Navidad; disfrutar con mi familia y entre las cosas que forman parte de un calendario a seguir están los regalos, pero no creo que sean estrictamente necesarios".

JOSEFINA CAMARENA, dependiente de una farmacia

"No voy a regalar en esta Navidad, porque no tengo dinero. Nada más con la familia que tengo, somos en total 55 personas. Y no se molestan conmigo cuando no les doy, porque de todos modos cenamos juntos y nos la pasamos en la casa. En lugar de dar regalo de Navidad, procuramos hacer una cena en la casa, estar toda la familia contenta y pasarla muy agustito. La mejor manera de celebrar la Navidad es cooperar a estar tranquilos, pues es de los pocos días en que se reúne la familia."

KENA MORENO, periodista

"Estaré muy triste porque desde siempre he seleccionado con mucho esmero regalitos de Navidad para la gente que quiero. Disfruto mucho al elegirlos y después, al ver la cara, por ejemplo, de mis hijos cuando los reciben. Recuerdo que cuando era pequeña esperaba con ansias que llegara Santaclós y los Reyes Magos. Nunca he dejado de regalar, pero siempre de acuerdo con mis posibilidades, nunca he regalado algo más que un 'recuerdito'; sólo a mis hijos, a mi familia y a mis colaboradores más cercanos regalo algo un poco más 'importante.'"

RAQUEL TIBOL, crítica de arte

"A mí no me pasaría nada. No soy una personalidad celebrativa; en general no festejo fechas y nunca he celebrado la Navidad. Si acaso alguien me invita a la cena de Navidad, pues le trato de llevar un regalo bonito. A las gentes que me prestan servicio todo el año y que para ellos esa fecha tiene un gran significado, con ellos soy infaltable; a ellos sí les doy porque creo que se sentirían mucho si no respetara yo una fecha que para ellos es muy grata. Fuera de esas personas yo no me ocupo de andar corriendo con los regalos de diciembre".

Bertha Trejo

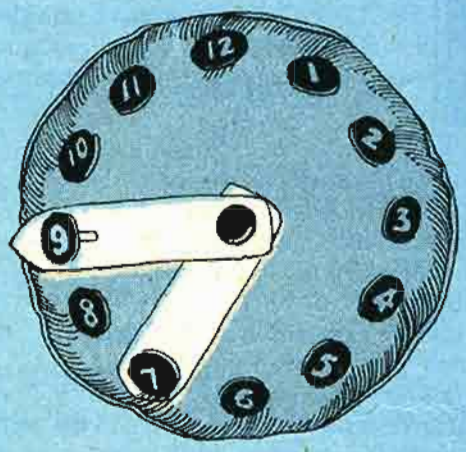
137-74-01

Hágales juguetes "padres"

Cada Navidad, el gasto en juguetes supera los miles de millones de pesos. Como motor de esta cifra funcionan la publicidad abrumadora y las prisas que impulsan a comprar mal y caro. Pero, afortunadamente, existen otros caminos: por ejemplo, el de hacer en casa los juguetes que se regalarán.

Un juguete divertido y educativo: el Cojín Reloj.

$ 120.00



Compre una tela de un metro, dóblela por la mitad y dibuje una circunferencia de 45 cm. de diámetro sobre la tela.

Recorte la circunferencia y —en el lado derecho de uno de los círculos— cosa 12 botones tal como muestra el dibujo. Sobre cada botón, pinte los números del 1 al 12 con pintura de aceite.

Coloque los dos círculos de tela uno sobre otro, dejando los botones del lado de adentro. Cosa los bordes dejando dos centímetros de margen, y deje una abertura para meter el relleno. Voltee el cojín, rellénelo con hule espuma y cosa la abertura.

Para las manecillas, consiga dos pedazos de fieltro de 20 y 25 cm. de largo por 3.5 cm. de ancho. Haga ojales en los extremos: servirán para prenderlas al botón central y prenderlas también a las distintas horas que quiera marcar el niño.

Juguete para cuna o corral:

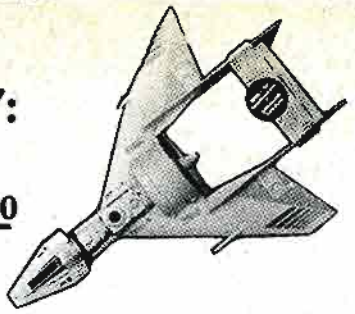
$ 369.00

hecho en casa cuesta sólo

$ 60.00

y cumple exactamente la misma función: entretener al bebé y ayudar a su desarrollo sicomotriz. Compre un trozo de cuerda de 1.50 m. para amarrar los bordes a los extremos de la cuna o el corral; luego, cuelgue de allí pulseras de colores y uno o dos cascabeles.

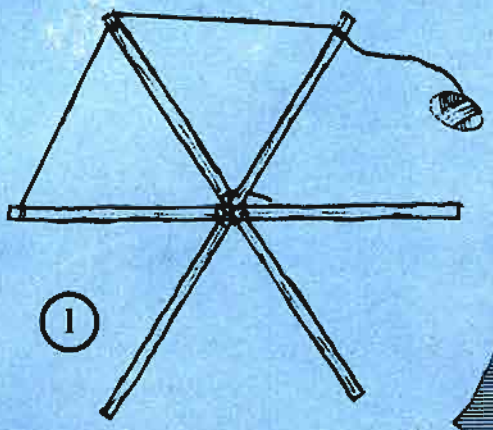
Avión "galáctico": cuesta $1,110.00



el precio no incluye ni el aceite ni la batería que le permiten volar, y suponemos que los instructivos vienen en inglés.

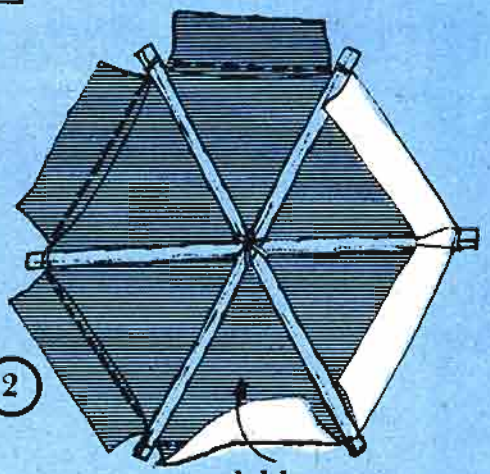
Papalote: $40.00

El primer paso consiste en conseguir carrizo de 70 centímetros (se compra en los viveros y en los comercios que venden plantas), partido en tres pedazos a lo largo; una madeja de mecate muy delgado y dos pliegos de papel de China. Amarre los carrizos por la parte del medio, formando una estrella. Luego, amarre también los extremos, de modo que queden 30 cm. de distancia entre punta y punta.



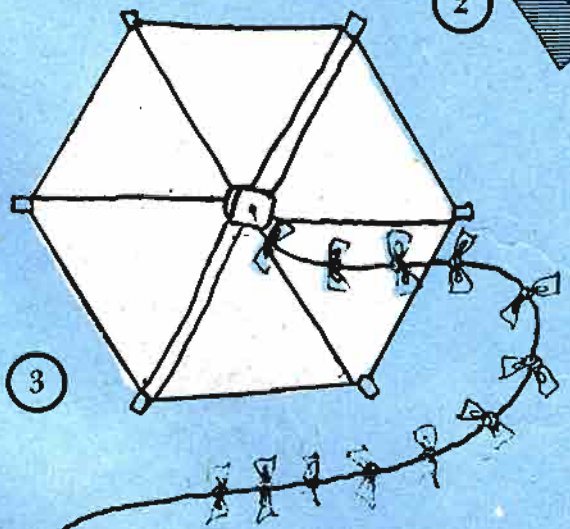
1

Forre el esqueleto del papalote con el papel de china y engrudo. En la parte del medio se hace un pequeño agujero para que de allí salga la cola o estabilizador del papalote.



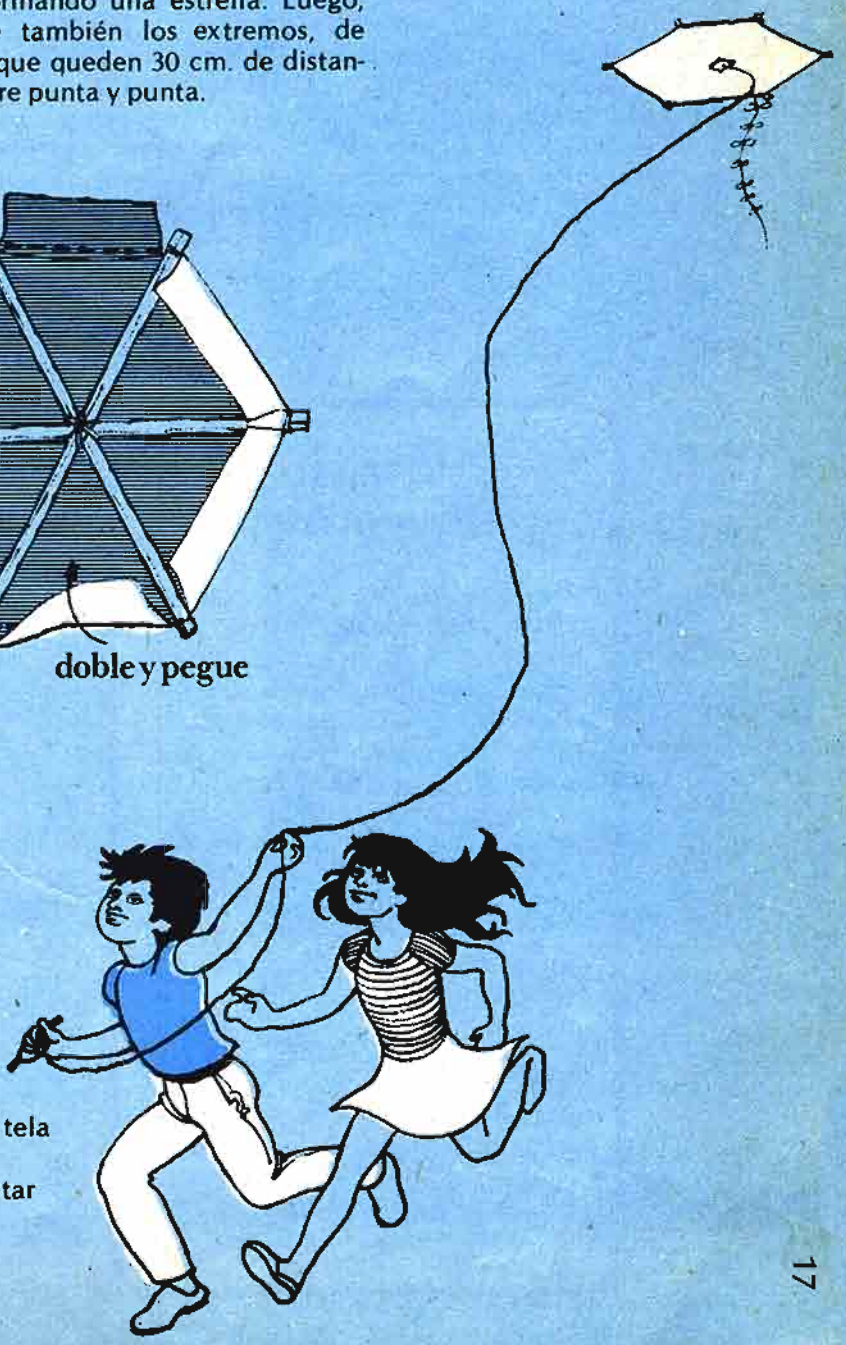
2

doble y pegue



3

La cola se confecciona con varios pedacitos de tela amarrados a una distancia de 20 cm.
Del lado opuesto sale el hilo que sirve para remontar el papalote.



Muñeca que "derrama las lágrimas más tiernas después de beber su mamila". Y también el presupuesto lagrimea: cuesta

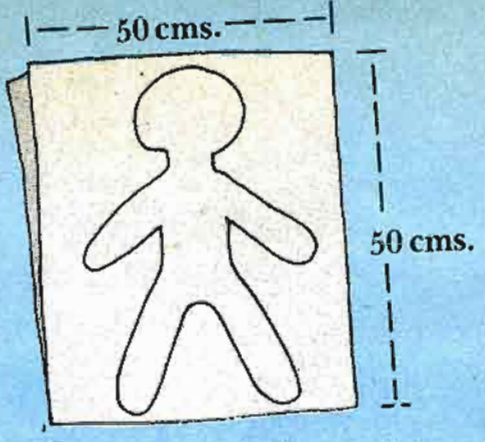
$1,573.00

hecha en casa

cuesta alrededor de **$70.00**

Recorte la figura del muñeco y préndala con alfileres sobre una tela de algodón de 1 × 1 metro. La tela debe estar doblada por la mitad; asegúrese de que el derecho de la tela quede en la parte interior. Luego, recorte la figura en tela, dejando 2 centímetros de margen para hacer la costura.

Cosa la tela, dejando un espacio en la parte superior para introducir el relleno: voltee la tela al derecho y rellene con hule espuma. Una vez lleno, cosa la parte superior con aguja de canevá y estambre, así podrá ponerle el tipo de pelo que dicte su imaginación. Los ojos y la nariz pueden hacerse con botones o pedacitos de fieltro; la boca puede bordarse o dibujarse con un plumón.



① Sobre cualquier papel de 50 × 50 cm., dibuje un molde como éste.

②

③

④

OTRAS ALTERNATIVAS

- Para los más chiquitos, coleccione corcholatas de todo tipo de refrescos. Píntelas con pintura de aceite de distintos tonos, y colóquelas en una lata forrada de papel lustre o de tela. Servirán para que el niño se ejercite en el juego de "poner y sacar" y, además, forme todo tipo de figuras con las corcholatas.

- Una variante de esta idea: colocar en la lata palitos de paleta, también pintados de colores llamativos.

- Para los más grandes: en lugar de carísimos juguetes "electrónicos", libros o juegos que ayudan a pensar (se consiguen juegos de ajedrez o dominó desde 40 pesos en adelante).

Títeres comprados:
$175.00 pesos cada uno.

Títeres hechos en casa:
$30.00 pesos cada uno.

El procedimiento es muy similar al de la muñeca. Dibuje primero el molde del títere. Luego préndalo sobre una tela de algodón —de medio metro— doblado por la mitad (el derecho de la tela debe quedar en la parte interior).

Recorte la tela dejando un margen de 2 centímetros, y cosa toda la figura excepto en la parte inferior donde entrará la mano del niño.

Para la carita del títere, recorte una circunferencia de 12 cm. de diámetro de un pedazo de fieltro blanco. Cosa los ojos y la nariz con botones, y borde la boca con hilo rojo. El pelo se cose directamente sobre la carita. Finalmente, pegue la cara sobre el títere con cualquier pegamento. Dependen de los materiales que elija y de su inventiva los distintos títeres que puede confeccionar.

(Susana Rodríguez)

OTRA OPCION: LOS JUEGUETES ARTESANALES

"Ya es tiempo de quitarnos los prejuicios y creer que un juguete importado es más valioso que un juguete típico mexicano", asegura Rodolfo Becerril Straffon, director de FONART (Fondo Nacional Para el Fomento de las Artesanías).

Y en verdad, basta acercarse a cualquiera de las tiendas FONART para advertir que los juguetes artesanales encierran un mundo de incomparable belleza. No han sido concebidos con fines pedagógicos, pero tienen muchas posibilidades de desarrollo creativo y, fundamentalmente, transmiten la sabiduría y el encanto de nuestras tradiciones populares. **"Todos los objetos que se hacen en el país, en las distintas comunidades indígenas y zonas rurales, se reproducen luego como juguetes hechos por los hijos de los artesanos y por los artesanos mismos"**, explica Becerril Straffon. De este modo, la variedad es tan grande como singulares las piezas: soldaditos de plomo, máscaras con las que el niño puede desarrollar su imaginación y crear distintos personajes, muñecas de trapo, caballitos y carros de diverso tipo, sonajas, ollitas, jarritas, cazuelitas, aviones, títeres, trompos, baleros, guitarras, violines, yoyos, perinolas, marómeros, ruedas de la fortuna, tambores, etc.

Algunos de estos juguetes se consiguen a no más de 20 o 30 pesos. Otros, son más caros pero atraen por la belleza de su diseño o el ingenuo encanto de lo "hecho a mano". En todos los casos, resultan más atractivos y baratos que muchos de los juguetes fabricados en serie que inundan el mercado.

MIENTRAS LA PATINETA YA ESTA GUARDADA EN EL CLOSET

La moda impone el consumo de patines

Sepultada por un consumo cada vez más acelerado, la patineta yace como una más de las efímeras modas que, provenientes de los Estados Unidos, dejan un hueco en la cartera para al poco tiempo lastimarla nuevamente. Es así que ahora los "chavos" han "agarrado su patín" —ya sea de ruedas o para hielo— y consumen rápidamente su tiempo y dinero en aras de un deporte (?) que —al igual que la patineta— está condenado a resbalar en poco tiempo.

"Pss, agarra la onda... ¿de qué patineta me hablas? Eso ya no se usa", exclama el adolescente, mientras desliza una mirada piadosa sobre la intimidada reportera. Se vuelve, deja de prestarle atención, conversa con un amigo. Atravesados sobre su hombro, cuelgan flamantes los patines con botas. Las botas,los zapatos de gamuza: eso sí que es "nice", que hace sentir bien, que son igualitos a los que aparecen en la película "Roller Boogie", ¿todavía no la viste? Y a propósito, ¿cuándo nos vemos en la pista sobre hielo? Es chido, chido...

Decididamente marginada, repentinamente anciana, indiscutiblemente confusa, la reportera cobra conciencia de que allí, en esa pista de patinaje invadida de chicos y chicas que oscilan entre los 10 y los 20 años, se está consumando un verdadero rito. Un rito que tiene su altar sobre ruedas, que tiene su vestimenta apropiada, sus iniciados y aprendices e, incluso, su propio lenguaje. Pertenecer a la secta es "lo máximo". Quedarse afuera, equivale a sumergirse en ese temido marasmo de soledad y humillación, de penas y dudas que suelen acosar a los adolescentes.

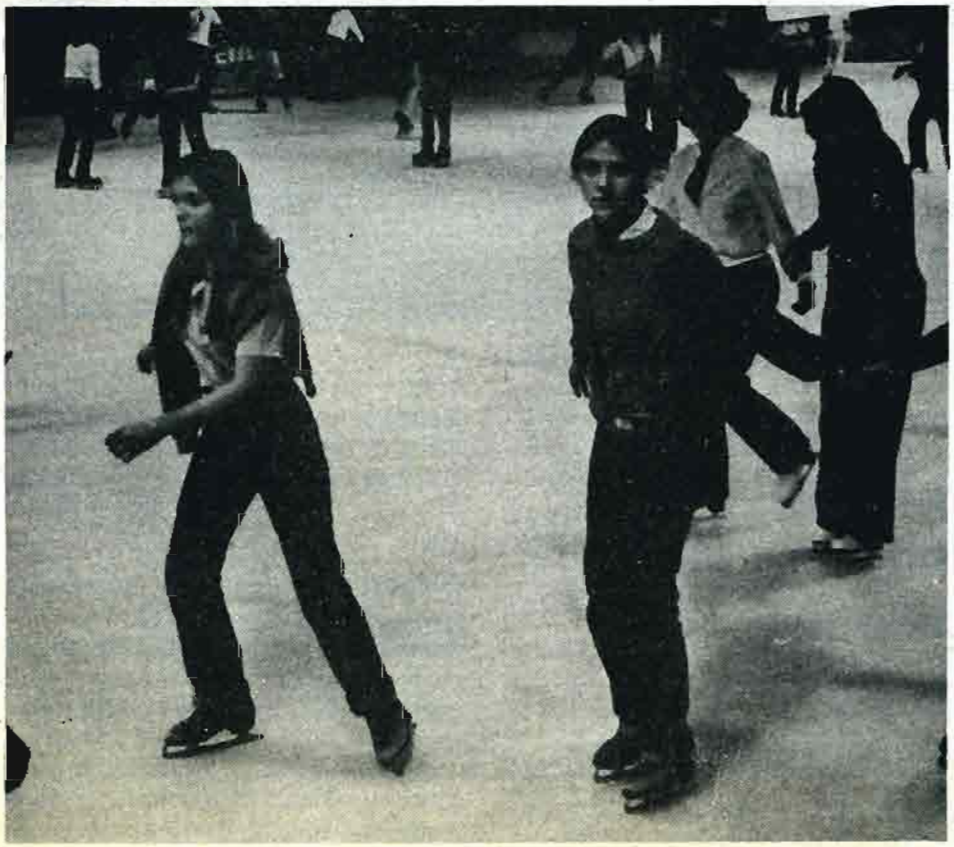
Los plazos se acortan: hace menos de un año, la patineta reinaba en todo su apogeo. Pero esa frágil llama fue prontamente apagada por un soplido que vino raudo, en patines. Una brisa que llegó del norte —de Estados Unidos— y aquí se convirtió en ventarrón. A alimentar nuevamente ese fueguito fatuo, entonces: con una película de exhibición simultánea en cuantos cines se pueda; con presentaciones del espectacular Jim Bray —el "rey" del patín— en la Arena México—; con anuncios de trajes, de cerveza y de bolígrafos, que —como quien no quiere la cosa—casualmente muestran "gente linda" patinando; y por si fuera poco, con un programa de televisión íntegramente dedicado a que cada sábado se inoculen a la audiencia dosis masivas de un farsesco espectáculo llamado "lucha en patines"

Ya no bastan los clásicos patines que se adaptan a cualquier calzado e, incluso, se van estirando a medida que crece el pie del niño. No, la verdadera "onda" está en los patines con bota incorporada. ¿A quién le importa que sean mucho más caros? Pero, además, como a esta ciudad le brota el cemento y se le mueren los parques, convirtamos las calles en pistas. ¿A quién le importan los accidentes? Y como todo esto no alcanza, inventemos las pistas cerradas: ya hay dos en Satélite, dos en el sur de la ciudad y una de hielo en Lomas Verdes. Allí la secta ritualiza, consuma y consume. Sobre todo, consume. Consume el derecho de patinar (entre 70 y 80 pesos la hora, según se lleven o no los patines). Consume refrescos y papitas. Consume la enseñanza de un instructor (80 pesos la hora). Consume playeras (simple playeras de algodón que si llevan impresa la figura de un patín cuestan el doble que con otro motivo). Y dentro o fuera de las pistas, consume patines que llegan a costar hasta 3,000 pesos el par.

En síntesis: otra moda más, que surge —¿casualmente?— antes de Navidad y de Reyes. A partir de lo cual quizás se explique por qué habrá tantos patines en los arbolitos de diciembre y en los zapatos de enero. Y aunque seguramente resultará difícil que los niños y jóvenes de la casa escapen de esta marejada, quizás baste intentar que reflexionen. Para lo cual los padres podrían ensayar una simple, rotunda pregunta: **¿cuánto tiempo te duró la fiebre de la patineta?**

[Susana Rodríguez]

Centros de reunión de muchos jóvenes, las pistas viven ahora su mejor momento.



49-43-01

EN ESTAS FIESTAS DECEMBRINAS

No se maree con gastos ni con alcohol

Casi 15 mil millones de pesos gastados en alcohol por los mexicanos durante las celebraciones navideñas, son muchos pesos. Y pueden provocar una "cruda" económica tanto o más grave que la "cruda" física. Además, si tomamos en cuenta que este dispendio —reforzado insistentemente por la publicidad— favorece el alcoholismo que afecta al individuo y a la sociedad, resulta claro que el gasto es, más que superfluo, perjudicial.

Este dato serviría para causar estragos en el hígado más resistente: durante las fiestas decembrinas de 1979 se consumieron 22 millones de litros de alcohol en la ciudad de México.

La cifra es asombrosa, pues basta pensar que todo ese alcohol que terminó entre pecho y espalda de los capitalinos hubiera alcanzado para llenar 16 veces la Alberca Olímpica, para inundar por completo un edificio de 15 pisos (de 20 por 20 metros de base) o para llenar hasta el tope todos los tinacos de 17 colonias del

tamaño de Bosques de Echegaray; o bien, si se entubara en un conducto de un metro de diámetro, llegaría desde el Toreo hasta Villa Coapa.

Y es que durante los últimos 15 días del año cada habitante de la ciudad de México —incluyendo en este cálculo a recién nacidos, niños y ancianos— ingirió un promedio de dos litros de alcohol. Si sólo se consideran los hombres y mujeres mayores de 15 años, la cifra se eleva a cuatro litros; es decir, que desde el 16 hasta al 31 de diciembre cada capitalino mayor de 15 años bebió un promedio de 300 mililitros diarios de alcohol (una botella mediana de refresco tiene 355 mililitros).

Lo anterior contribuyó a que durante la última quincena de 1979 se lamentaran pérdidas económicas por más de 44 millones de pesos y un saldo de 331 muertos.

Y es que —hay que repetirlo— el exceso de alcohol es un abusivo invitado a las celebraciones navideñas. Y a cualquier otro tipo de actividades, porque lamentablemente en nuestra sociedad el alcohol se hace presente continuamente, ya sea en el hogar, el restaurante, la reunión con los amigos o con la familia. Todo se rocía con alcohol, trátese de bautizos, confirmaciones, quince años, graduaciones, bodas, coche nuevo, cambio de "chamba", nombramientos, despidos, renuncias, juegos deportivos y una larga lista de etcéteras. No en balde el dicho: "Para todo mal, mezcal, y para todo bien, también".

Al respecto, el doctor José Antonio Elizondo López, ex-coordinador del programa de Rehabilitación de Alcohólicos del Instituto Mexicano

del Seguro Social (IMSS), comenta que **"vivimos en una ciudad alcohólica, donde el alcohol ha pasado a formar parte de nuestra vida cotidiana. Y a nadie absolutamente le parece raro que le ofrezcan una copa al llegar a una reunión; pero olvidamos que el alcohol es una droga, permitida sí, pero que no por ello deja de causar graves daños en el terreno social, laboral y familiar".**

Enemigo público

A decir del Congreso del Trabajo (C. del T.), el 15 por ciento de la fuerza laboral del país se halla obstaculizada —y en ocasiones nulificada— a causa del alcohol. Por su parte, **la Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA) ha señalado que las pérdidas para el país a causa de ese hábito ascienden a 2,000 millones de pesos anuales.**

En el mismo renglón, las estadísticas de la SSA apuntan que la mitad de los delitos de sangre se cometen bajo los influjos del dios Baco, así como el 60 por ciento de los accidentes y atropellamientos automovilísticos. Por si fueran pocos los efectos de esta enfermedad, se estima que el 82 por ciento de los divorcios son por causa del alcohol. Y si queremos llegar a las últimas consecuencias, es necesario apuntar que el alcohol ocupa el segundo lugar entre los motivos de muerte por envenenamiento.

Lo más grave es que este problema va en aumento. Datos de la Procuraduría General de la República revelan que en sólo un año el porcentaje de alcohólicos en nuestro país se incrementó en un 1,057 por ciento. **Es así que, actualmente, entre los mexicanos que tienen de 15 a 60 años, uno de cada 10 es alcohólico.**

Se piensa que entre los 15 y 16 años es cuando se empieza a beber y se llega al alcoholismo declarado entre los 20 y los 30, pero no hay que pasar de largo las palabras del doctor Elizondo: **"He tenido casos de muchachos que a los 14 años ya son alcohólicos, pues empiezan a beber a los ocho años".** Datos de la UNAM apuntan, además, que el consumo de alcohol entre los estudiantes de nivel superior es del 70 por ciento. Cabe recordar, por cierto, que un gran sector de la publicidad de bebidas alcohólicas apunta hacia la población joven y adolescente y, en muchos otros casos, hacia la mujer.

SIETE MITOS SOBRE EL ALCOHOL

1. **El alcohol es bueno para combatir el frío.** Si bien el alcohol produce calorías, también es cierto que dilata los vasos capilares, con lo que se pierde más calor. Además, es un depresor del sistema nervioso central, lo que determina que los termorreguladores se perturben en su funcionamiento.
2. **El alcohol es un afrodisiaco.** El alcohol puede eliminar transitoriamente ciertas inhibiciones, pero como buen depresor tiende a entorpecer los actos fisiológicos.
3. **La cerveza es bebida de moderación.** Es cierto que la cerveza contiene menos alcohol que, por ejemplo, el brandi; pero casi nadie toma una sola, por lo que puede causar los mismos daños que las bebidas más fuertes.
4. **El alcohol, en pequeña cantidad, mejora la capacidad para conducir.** Falso, ya que como es depresor reduce la coordinación motora, el estado de alerta y el sentido de responsabilidad.
5. **Las bebidas que son mezcla de varios licores son más fuertes.** Es inexacto; el grado de embriaguez que provoquen depende del contenido de alcohol, no de su sabor.
6. **El alcohol es un tónico.** Esto se atribuye a ciertas bebidas caras e importadas, sobre todo las llamadas "añejas"; sin embargo, son precisamente los vinos añejos los que trastornan más tiempo la percepción.
7. **El alcohol contribuye a estrechar los lazos de amistad.** El 51 por ciento de las riñas están acompañadas de alcohol, lo que demuestra que esta creencia es errónea.

Así se explica que, mientras en 1977 sólo un alcohólico de cada 10 vestía faldas, ahora la proporción se calcula en cuatro de cada 10, de acuerdo con el Instituto de Orientación y Defensa de la Mujer. Además, el 40 por ciento de los miembros de Alcohólicos Anónimos (AA) son mujeres.

Y hay más datos relevantes. Según señala el periodista y escritor Ignacio Solares, el 40 por ciento de los enfermos del Hospital Siquiátrico del IMSS ha sido internado a causa del alcoholismo; lo grave es que ingresan un promedio de 80 pacientes al mes, de los cuales cuatro sufren de "delirium tremens". Además, se calcula que el ocho por ciento de los mexicanos padece algún trastorno físico o mental provocado por el alcohol.

Todo lo anterior conforma records poco deseables para nuestro país. De acuerdo con el C. del T., ocupamos el segundo lugar latinoamericano en índices de alcoholismo, y el cuarto a nivel mundial, debido a la existencia de unos seis millones de alcohólicos, de los cuales la mitad se ubica entre los 14 y 28 años.

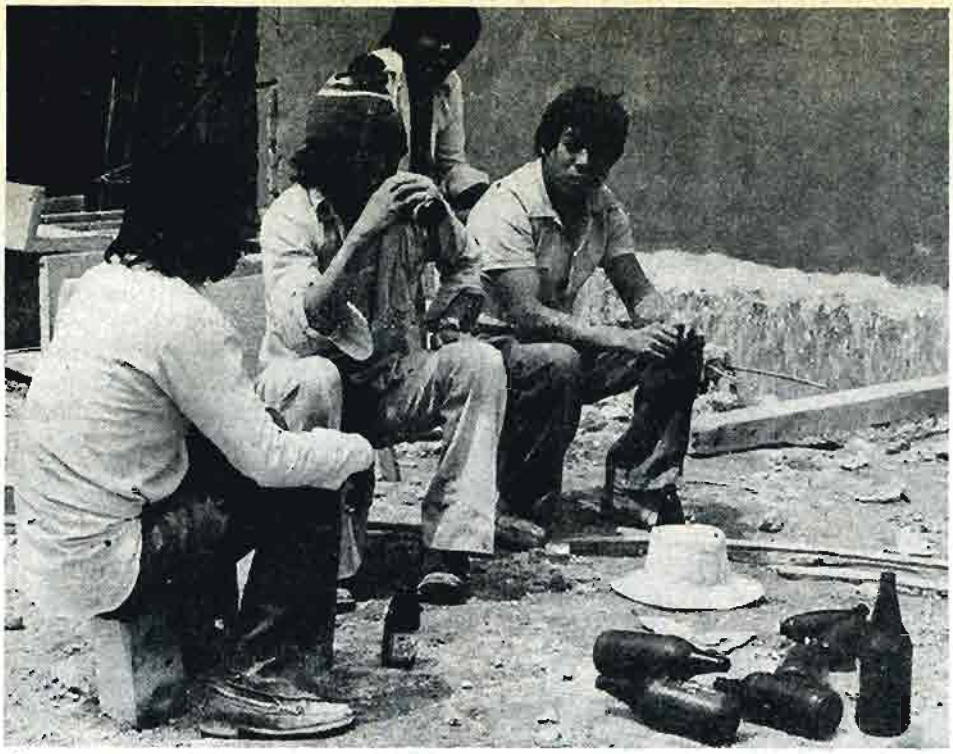
Es una enfermedad

Quizá mucha gente pudiera pensar que el alcohólico es el "borrachito" sucio y maloliente que está detenido de un poste, o el ebrio que "echa pleito" en las cantinas. Nada más alejado de la realidad; investigaciones recientes han demostrado que sólo el 7 por ciento de los alcohólicos son personas desamparadas. Más aún, el 70 por ciento ha ocupado puestos que requieren habilidad y el 60 por ciento ha tenido ocupación fija durante los últimos tres años.

Según el doctor Ignacio Avila Cisneros, jefe del Departamento de Medicina Preventiva del Centro Médico Universitario, el alcohólico es aquella persona que empieza a beber y ya no puede detenerse: tiene una elevada compulsión hacia la ingestión de alcohol.

En tanto, el señor Alexander, responsable de la oficina de Servicios Generales de AA, afirma que es una enfermedad progresiva que no puede curarse, pero sí detenerse.

Desde 1976 la Organización Mundial de la Salud ha considerado al alcoholismo como una enfermedad. Actualmente, ciertas investigaciones apuntan a un trastorno bioló-



El 15 porciento de la fuerza laboral se pierde por el alcohol.

gico, posiblemente de origen genético, como una de sus posibles raíces. **"Esto es cierto** —sostiene el doctor Elizondo—. **El alcoholismo no es hereditario, pero no hay duda que existe una predisposición genética para desarrollarlo. Claro que se necesitan otros elementos; hay muchos alcohólicos potenciales por la genética que nunca se llegan a desarrollar como tales porque faltan los elementos sicológicos y socioculturales que son muy importantes para el surgimiento de esta enfermedad".**

Sicológicamente el alcohólico muestra una personalidad típica, caracterizada por dependencia, inmadurez, pasividad, dificultad para manejar momentos de angustia, tensión y ansiedad, y dificultad para aceptar la realidad.

En ocasiones, el alcohólico llega a padecer un conjunto de síntomas conocidos como "delirium tremens". Ignacio Solares, en su novela llamada precisamente **Delirium tremens**, recoge el testimonio de un alcohólico que pasó por ese trance: **"Luego apareció la rata. Fue una noche. Estaba acostado y la vi posada sobre mí, en el esbozo de la sábana. Me miraba con sus ojitos centelleantes. Me temblaba todo el cuerpo pero no me moví. Sentí miedo de sentir miedo. Creí que mi voluntad podía controlarlo todo... Intenté dejar de beber, pero como las alucinaciones aumentaban, recaía. La rata apareció algunas noches en mi cama. —¿Eres real?— le preguntaba. — Déjame tocarte . Pero no me atrevía porque abría el hocico y me mostraba sus dientes blanquísimos y filosos".**

Además de estos daños mentales, entre los que se cuenta también la pérdida momentánea de la memo-

DESIGUAL LUCHA

La lucha contra el alcoholismo, aunque escasa todavía, comienza a crecer. Difundida por las mismas pantallas donde se invita a "quemar tu Castillo", disfrutar "el momento dorado", pedir "lo nuestro" y tener "el placer de ser", una modesta campaña ayuda a formar conciencia respecto de este problema y sugiere posibles salidas.

Se trata de una campaña antialcohólica emprendida por Televisión Rural de México (TRM). Pero la batalla es desigual, pues mientras las marcas comerciales gastan millones de pesos en publicidad y acaparan horas y horas de tiempo en televisión, estos mensajes se elaboraron con recursos limitados. **"No se puede precisar el costo exacto de la campaña** —comenta el doctor Luis Cueto, director de TRM— **pero sí se puede decir que fue bajo ya que no se utilizaron grandes recursos de producción, ni ostentosos elencos artísticos. Simplemente se realizaron mensajes testimoniales, de hechura simple pero contenido profundo".**

Esta campaña se realizó con la colaboración de diversas instituciones oficiales, como la Secretaría de Salubridad y Asistencia; Radio, Televisión y Cinematografía; y Pronarte. **"Se partió del hecho de que los hábitos de consumo sí pueden ser modificados, sólo que hay que proporcionar la información necesaria para que se tomen las decisiones más convenientes para la salud"**, indica el doctor Cueto.

Y tiene razón, pues según reportes de Alcohólicos Anónimos, las llamadas y las consultas directas han aumentado hasta 100 veces desde que se inició la campaña.

En 1935, a raíz de que dos alcohólicos considerados como irredentos descubrieron que platicando sus experiencias disminuía la obsesión por el beber, se formó en Akron, Ohio, el primer grupo de Alcohólicos Anónimos (AA).

Desde entonces, esta institución ha pugnado por ayudar a millones de alcohólicos en todo el mundo. Funciona con 12 tradiciones y 12 pasos, el primero de los cuales dice así: **"Reconozco mi impotencia frente al alcohol y que mi vida había llegado a ser ingobernable".**

Según afirman sus dirigentes, la terapia grupal de AA está basada en la purificación constante a través de la cual se hace un análisis de la personalidad del alcohólico. Sus principios: autonomía, unidad y mantenimiento del grupo a través de las contribuciones de sus socios.

De los grupos de AA con mayor proyección en nuestro país, destacan los "24 horas", así llamados porque funcionan todo el día. Estos grupos sostienen, además, albergues y granjas que proporcionan comida y alojamiento absolutamente gratis.

ria, el alcohol perjudica sensiblemente al organismo. **"Puede dañar al esófago, al estómago, al hígado, al pancreas, al corazón, al sistema inmunológico, al tejido hematopoyético, la piel y la función sexual"**, asevera el doctor Augusto Lara Baqueiro, jefe de la Oficina de Higiene Mental de la UNAM.

"Mueve tu Bacardí"

Pese a todo, diariamente somos bombardeados por una publicidad machacona que insiste en que movamos nuestro Bacardí o quememos nuestro Castillo, por sólo citar dos ejemplos absurdos.

A decir de Víctor Bernal Sahagún, investigador de la UNAM, antes de que bebamos la última copa del año se habrán gastado 1,500 millones de pesos para anunciar bebidas alcohólicas durante este agonizante 1980. Además, en el resto del año, el 14.1 por ciento de la publicidad aparecida en revistas de moda y para hombres, se destina a bebidas alcohólicas, pero curiosamente en esta época navideña el porcentaje se eleva a un 34 por ciento.

La publicidad de estos productos a través de radio y televisión también se incrementa en este anhelado mes de los fabricantes y comerciantes. Es así que en diciembre de 1979, los cerveceros invirtieron 52,213,580 pesos para anunciarse durante 55,950 segundos (casi 1,000 minutos, 16 horas) por estos medios. Por su parte, los brandis ocuparon 35,700 segundos del tiempo en radio y televisión, con una erogación —altamente recuperable— de 33,411,600 pesos.

En cuanto al vodka —bebida que acapara un importante porcentaje de la producción nacional de maíz— apareció en las pantallas de televisión durante 4,835 segundos en diciembre de 1979, tras haber invertido 4,020,000 pesos.

Y en verdad que es redituable este gasto publicitario. Así se demuestra tras conocer las estadísticas de la Secretaría de Comercio que ubica en **6,829 millones de pesos el gasto en estos productos durante 1976.**

Otras cifras que reflejan la magnitud de este problema apuntan que en 1977 se consumieron 2,160 millones de litros de cerveza y que durante 1978 cada mexicano bebió un promedio de 6.5 litros de aguardiente de uva o caña. Así lo consigna el Congreso del Trabajo.

Pero es en este mes de "paz y felicidad" cuando los consumos son mayores. El C. del T. habla de 50 millones de litros de cerveza tan sólo en el D.F. y, a nivel nacional, 100 millones de litros de tequila, 10 millones de litros de ron, 6 millones de litros de aguardiente de caña y 2.5 millones de litros de brandi. En pesos, el gasto se eleva a 1,000 millones en cerveza, 11,000 millones en tequila, 1,600 millones en ron y 500 millones de pesos en brandi (14,100 millones únicamente en estas bebidas). Esto demuestra que, tan sólo en tequila, cada mexicano mayor de 15 años gastará en este mes un promedio de 315 pesos.

Y habrá mexicanos que gastarán mucho más. Basta pensar en quien lleve su botella a cada una de las posadas a que asista (vamos a imaginar que va a cuatro); sale a tomar una copa con sus compañeros de oficina y otra con sus amigos (vamos a suponer que, en verdad, toma sólo una copa); organiza la cena de Navidad y Año Nuevo (un mínimo de cinco botellas en cada celebración, "para que alcance"); y regala una botella a su jefe, otra a cada uno de sus dos hermanos y una más —"inevitable"— al compadre. En 15 días este señor habrá comprado nada menos que 18 botellas y habrá pagado dos copas en otros tantos bares.

Siendo conservadores y calculando un promedio de 80 pesos por botella y 40 pesos por copa, este señor habrá gastado, en sólo 15 días, un total de 1,520 pesos, equivalentes al salario mínimo de más de 10 días. ¿Cuánto gastará usted?

[Sergio Jácome
Información: Wenceslao Huerta]

A DONDE ACUDIR

Para quienes padecen problemas de alcoholismo, existen diversas instituciones a donde acudir. Algunas de ellas son las siguientes:

— **Centros de Integración Juvenil.** Información al teléfono 534-34-34, de lunes a viernes de 9 a 20 horas.

— Para orientación a familias de alcohólicos puede acudir a la avenida Juárez 64-604, de 10 a 14 horas.

Además, funcionan grupos "24 horas" de Alcohólicos Anónimos en los siguientes lugares del D.F. y del interior:

— **Grupo 24 horas, Matriz.** Gómez Palacio 142, colonia Condesa. Teléfonos 515-15-28 y 515-62-81.

— **Ampliación grupo 24 horas.** Agrarismo 13. 516-75-30.

— **Grupo Héroes.** Fernando Montes de Oca 38. 579-26-25.

Grupo Jóvenes en AA. Baja California 534. 277-17-56.

— **Grupo Cuauhtémoc.** Río Danubio 39. 514-03-32 y 525-03-48.

En provincia:

— **Grupo 24 horas Oriente.** Sur 341. 578-93. Orizaba, Ver.

— **Grupo 24 horas Quinto paso.** Av. John F. Kennedy y Callejón de la Mora. Taxco, Gro.

— **Grupo Corriente 24 horas.** Jesús Carranza e Hidalgo. 516-63. Tuxtepec, Oax.

— **Grupo 24 horas, Enero 74.** Bravo Ote. 1044. Torreón, Coah.

— **Grupo 24 horas Guadalajara.** Vicente Yáñez Pinzón 2498. 11-82-05. Col. Industrial Colón, Guadalajara, Jal.

— **Grupo 24 horas Toluca.** Lerma 708. 483-47. Toluca, Méx.

— **Grupo 24 horas Morelia.** Leona Vicario 32. Morelia, Mich.

— **Grupo 25 de marzo, Corriente 24 horas.** Boulevard 16 de Septiembre 104. 205-96 y 205-94. Loma Bonita, Oax.

— **Granja Acultzingo.** Domicilio conocido. 515-28. Acultzingo, Ver.

— **Granja Tres Marías, Rodolfo M.** Km. 54 1/2 carretera federal México-Cuernavaca.

— **Granja Colorines.** Domicilio conocido. Colorines, Méx.

— **Granja Taxco.** Domicilio conocido, Taxco, Gro.

— **Granja Texcoco.** Reforma 26, Tulantongo, Méx.

100-119-01

QUE NO LO CUREN A PRIMERA VISTA.

LOS CONOCIDOS "EXAMENES GRATUITOS" DE LA VISTA SON TAN TENTADORES COMO POCO CONVENIENTES.

NO TODOS LOS PROBLEMAS DE LA VISTA SE RESUELVEN CON UN PAR DE LENTES, NI TODAS LAS OPTICAS ESTAN PREPARADAS PARA ACONSEJARLO IDONEA U HONESTAMENTE.

El señor Tomás Vivanco necesitaba lentes; acudió entonces a la óptica "Rivera", donde una amable señorita le practicó el examen optométrico y le indicó que regresara a los 5 días por ellos. Volvió puntualmente el 19 de abril y no estuvieron listos sus anteojos; tuvo que ir nuevamente el 27 de abril y fue apenas el 3 de mayo cuando, por fin, se los entregaron. Pero había un pequeño problema: la graduación no era la indicada. Le dijeron que en dos semanas sus ojos se acostumbrarían, pero no quiso arriesgarse y visitó la óptica "Económica" donde, tras hacerlo esperar y dar muchas vueltas, se produjo una situación similar: defectos en la graduación y la misma justificación: **"en dos semanas se va a acostumbrar".**

Este caso, que tuvo que llegar hasta la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC), ciertamente no es el único en el que las ópticas, por falta de preparación en su personal, afán de lucro o descuido, defraudan al consumidor y ponen en peligro la vista.

También el señor Héctor Méndez recibió de la óptica "Económica" unos lentes con graduación deficiente para su vista. Pero el colmo fue lo sucedido al señor Jorge de Pablo, quien dejó pagados los anteojos de su esposa en la óptica "Eugenia". Cuando fue a recogerlos —por supuesto, después de varias visitas— le dijeron que no los tenían y que "hiciera lo que quisiera". Los lentes nunca aparecieron.

Y no sólo en las ópticas pequeñas defraudan al consumidor. Lo sucedido al señor Alberto González Ganges en la óptica "York" es prueba de ello, ya que pagó 850 pesos por unos cristales que debían ser colocados en el armazón que dejó para tal efecto; al ir por los lentes pretendieron venderle otro armazón y, para no ser menos que las demás ópticas, la graduación de los cristales no era la que necesitaba. No quisieron atender sus reclamos y tuvo que acudir a la PFC.

Pueden costarle "un ojo de la cara"

Lo grave en estos casos es que no solamente juegan con el dinero o la paciencia del consumidor, sino con su salud.

Es el caso de quienes, sin saberlo, padecen glaucoma, enfermedad en la que aumenta la presión del ojo y se destruye el campo visual; no es totalmente curable pero sí se puede controlar cuando se detecta oportunamente. Si un enfermo de glaucoma acude a una óptica cuyo personal es irresponsable o incompetente, el problema es serio ya que seguramente le recetarán lentes que corrijan su deficiencia visual, pero que de ninguna manera servirán para impedir el desarrollo de la enfermedad.

Lo mismo sucede con otro tipo de enfermedades oculares. Un testimonio significativo es el de nuestro reportero quien, según un diagnóstico de la doctora María Esther Santos, de la Asociación Para Evitar la Ceguera en México (APEC), padece una toxoplasmosis en la retina sólo curable con un largo tratamiento a base de sulfa.

El reportero acudió a la óptica "Claudia" donde, pese a todo, le recetaron anteojos; a la "Clínica de los Ojos" (de Insurgentes 300) donde le dijeron que **"usted es miope y necesita lentes"**, y a la óptica "Rad", donde un joven optometrista fue el único en recomendarle un oftalmólogo.

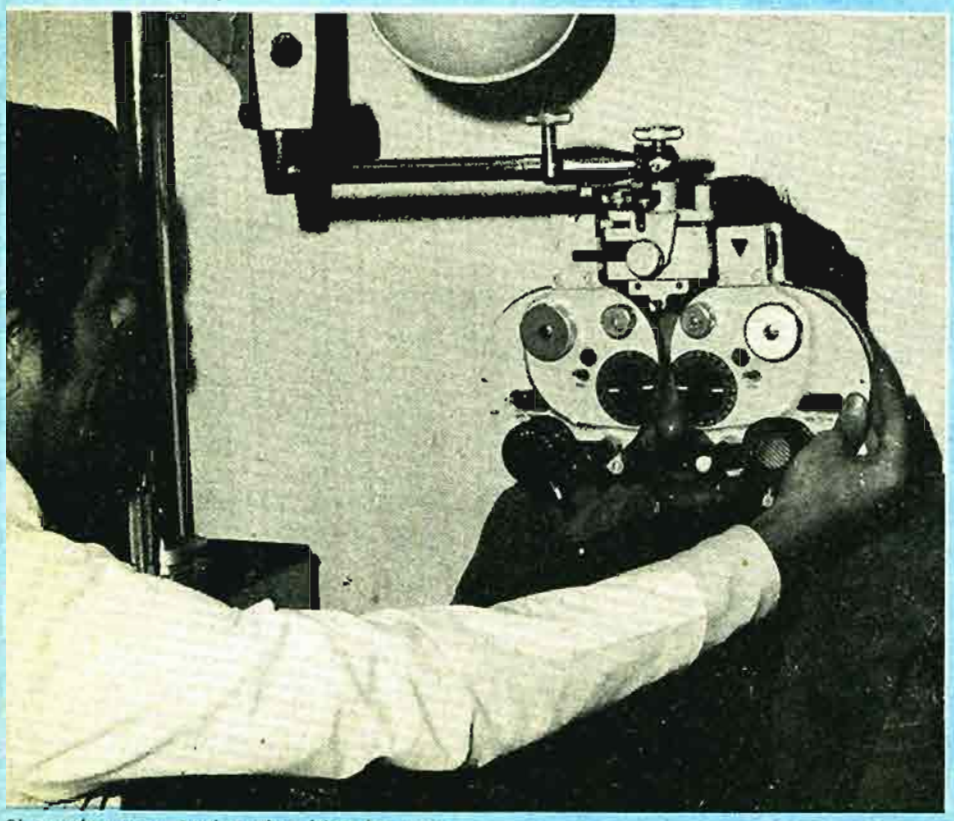
Al respecto, el señor Rolando Ramírez, de la Asociación de Opticos y Optometristas de la República Mexicana, señala que **"en esto de las ópticas cada quien vende como quiere y compra como quiere"**. Por su parte, el señor Ramón Hernández, secretario ejecutivo de la misma agrupación apunta que **"a la óptica le interesa vender lentes, ése es su negocio. Ahora que si hay ópticas que se comportan mal, ya es cosa de ellas".**

"Sí es factible —agrega— **que algunas ópticas actúen mal en este sentido, pero tenemos bien delimitado cuál es nuestro campo y cuál el de la oftalmología".**

Y en verdad que se trata de campos y alcances bien distintos. Básicamente, el optometrista se dedica al estudio y la medición de la manera en que el ojo percibe la imagen así como a la forma de corregirlo en caso necesario; para ello, estudia una carrera técnica que dura 3 años. Por su parte, el oftalmólogo estudia la amplia gama de enfermedades que pueden sufrir los ojos. Con este fin se cursan los 6 años de la carrera de medicina general y 3 años de especialización.

La conclusión es clara: abra bien los ojos antes de acudir a una óptica, y si nota alguna molestia en la vista, no se deje tentar por los "exámenes gratuitos": la prioridad la tiene el oftalmólogo.

[S.J. Información: Esteban Valentino]



Si acude a una óptica abra bien los ojos.

RECOMENDACIONES

- Es aconsejable realizar un chequeo de la vista cada 6 meses pero con un oftalmólogo, no con un técnico optometrista.
- No acepte los lentes si no ve bien con ellos desde el primer momento Exija que la graduación esté correcta.
- A manera de orientación, conviene apuntar los datos de la **Asociación Para Evitar la Ceguera en México.** Es un importante centro oftalmológico, y funciona con el sistema de beneficiencia privada regida por un patronato. **Se encuentra en Vicente García Torres 46 (Coyoacán), y el teléfono es el 544-9035.**

NO SE CIEGUE POR LA MODA

Ciertamente, está muy difundido el uso de anteojos para el sol, no así el conocimiento sobre la mejor manera de comprarlos.

"En realidad, los lentes para el sol no son necesarios en condiciones normales de salud; su uso va de acuerdo con la neurosis de cada persona y la mayoría de las veces son un simple elemento decorativo", señalan los doctores Sergio Arturo del Bosque y Enrique Corral, del servicio de oftalmología del Hospital General de la SSA, y agregan: **"se requieren sólo en contadas ocasiones, como en casos de carencia de cristalino (afaquia), o para personas muy blancas, quienes por el color de sus ojos son más sensibles a los rayos solares"**.

En el mercado, el consumidor se encuentra con que la venta de estos productos no se reduce a las ópticas. Los hay en casi todos los almacenes y tiendas de autoservicio y sus precios van, desde los más económicos de 270 y 350 pesos, hasta los de "marca", que por llevar el nombre de modistos famosos, llegan a costar alrededor de 2,500 pesos, sin que el elevado precio signifique que son más adecuados en términos de salud visual.

Así como es amplia la gama de precios, lo es también la variedad en formas y colores: existen desde los más sencillos, hasta los estrafalarios; con lentes de vidrio o de material sintético y en infinidad de colores.

Sobre esto, los mismos especialistas afirman: **"el color de los cristales es uno de los aspectos que menos se respeta dentro de los modelos existentes de gafas para el sol. Los rojos, rosas, naranjas, etcétera, a pesar de ser los colores más de moda, son totalmente inadecuados"**.

En cuanto al armazón, si son simplemente para el sol, sin aumento, esto no tiene importancia, no así en el caso en que se requiera graduación, pues los cristales redondos suelen girarse y alterar en cierta forma la visión.

"En caso de trastornos de los ojos, nosotros recomendamos acudir a una revisión y si se precisara cierto tipo de anteojos, adquirirlos en las ópticas; de otra forma, no hay que comprar por comprar", aconsejan los oftalmólogos.

RECOMENDACIONES

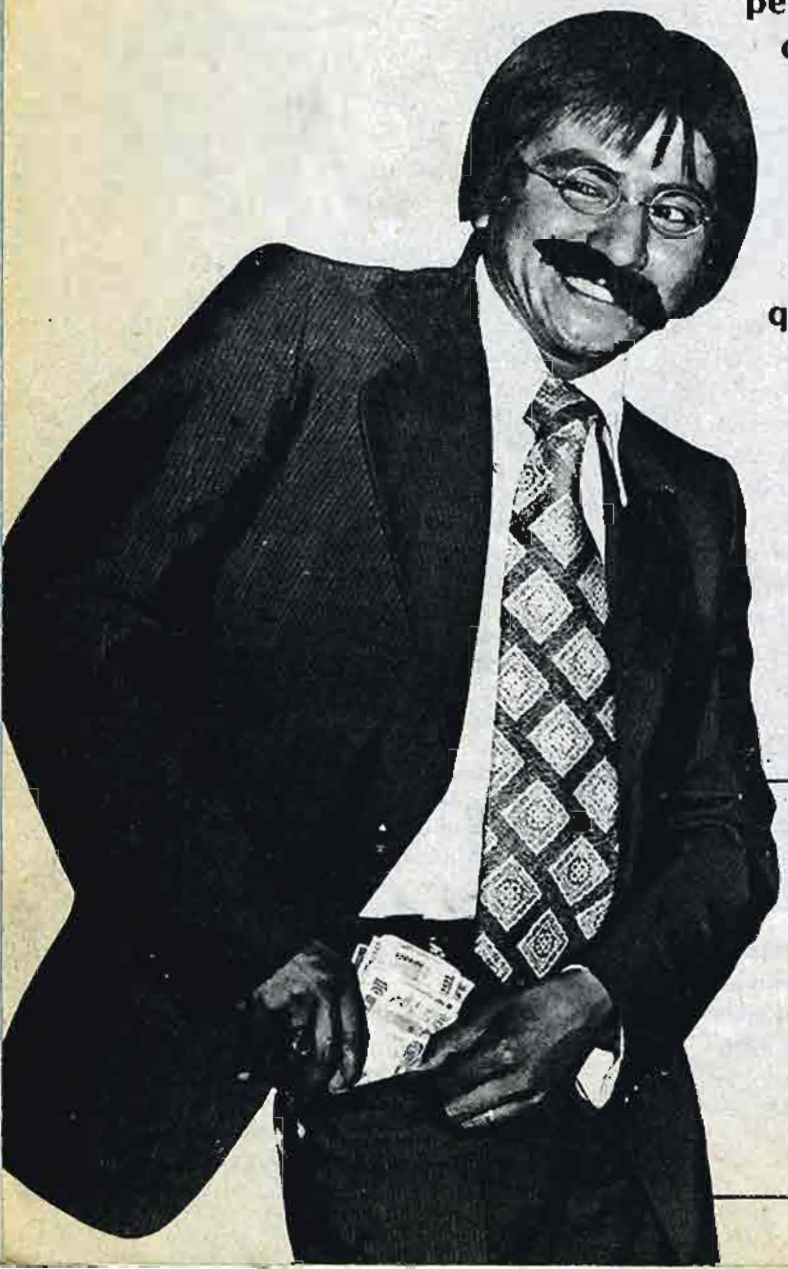
- En primer lugar, pregúntese si verdaderamente necesita lentes para el sol.
- Si es así, elija los más adecuados. Para esto es conveniente que sepa el significado de los términos "polarizados" y "fotosensibles"; el primero quiere decir que absorben la luz en igual forma por todo el cristal, de tal manera que evitan los reflejos molestos y las distorsiones en la imagen. La característica de los lentes fotosensibles radica en que varían de tono dependiendo de la intensidad de la luz; son útiles para las personas que necesitan usar los lentes la mayor parte del día.
- Recuerde también que los colores más adecuados son: café, gris y verde. No se deje tentar por los modernos tonos morados, rojos y naranjas.
- A los primeros síntomas de mareos, dolores de cabeza o vista cansada, verifique si no son provocados por sus gafas para el sol. Si persisten sus malestares, consulte a un especialista.
- Ante todo, no olvide hacerse revisar periódicamente por el oculista, y aproveche para comentar con él sobre los lentes para el sol; quizás ello le evite complicaciones.

[Información: Elvia I. Ochoa]

270,000 QUEJAS EN LA PFC

Inmobiliarias: construyen engaños

Muchas veces el sueño de la casa propia se convierte en pesadilla. Esa pesadilla está representada por las 270,845 denuncias que —en los últimos tres años— la Procuraduría Federal del Consumidor ha atendido en contra de inmobiliarias. Parecería que a medida que este anhelo crece —en cantidad y calidad—, crecen también los engaños y las estafas. Así lo demuestran 215,469 quejas presentadas por quienes deseaban comprar casas y terrenos; 48,265 denuncias pertenecientes a condominios; y 7,111 a raíz del controvertido sistema de "tiempos compartidos". Estas cifras, definitivamente elevadas, no pueden pasarse por alto. Detrás de ellas se esconden casos concretos, sueños frustrados y muchos testimonios, algunos de los cuales son los que se presentan aquí: que sirvan de alerta.



Emma García de López y Alma Yolanda Villegas aportan sólo un caso entre muchos otros que se ventilan a diario en la PFC. Ellas compraron en el condominio de tiempo compartido "Torres de la Loma" en Acapulco. Entregaron el enganche al comisionista Roberto Giordani Fraga; sin embargo, ahora la inmobiliaria se niega a reconocer la operación dado que el señor Giordani usó indebidamente ese dinero.

Para resolver el caso ha sido necesario recurrir a los tribunales competentes.

Por su parte, "Promotora de Construcción y Ventas" (Proconsa), de Morena 228-404, tiene en su haber multas por más de medio millón de pesos aplicadas por la PFC. La razón: se niega a devolver los enganches que muchos consumidores pagaron por casas en el "Conjunto Habitacional Ixtapalapa" que nunca recibieron. Las cantidades defraudadas suman más de 20 millones de pesos y entre los afectados figuran la señora Sofía Fragoso, los señores Guillermo Estrada Mondragón, Benjamín Ramos López y muchos otros.

Por una casa prefabricada, el señor Joel J. Ferriz pagó más de un millón de pesos a "Desarrollo y Espacios Habitacionales"; sin embargo, pasó el plazo fijado para la entrega del inmueble y la construcción ni siquiera había comenzado.

Los constructores alegan que la Delegación Alvaro Obregón negó la autorización para construir, dado que la casa se sale del estándar de la zona. El señor Ferriz no encontró otro terreno y solicitó que le devolvieran el dinero que había pagado. Empero, la inmobiliaria pretendió cobrarle el 50 por ciento como indemnización, pretextando gastos ya realizados. Finalmente, la PFC le pidió que comprobara los gastos y sólo pudo hacerlo con 200,000 pesos, por lo que la empresa se comprometió a devolver 800,000 pesos al desafortunado consumidor.

"El 20 de agosto adquirí un terreno de 240,000 pesos en Jardines de San Mateo; entregué 50,000 pesos de enganche pero a la mera hora la inmobiliaria no presentó los papeles necesarios para cerrar la operación". Así se expresa el señor Romero Orozco, quien solicitó a "Asesora de Bienes Raíces" la devolución del enganche.

El caso se solucionó con una llamada telefónica de la PFC que, apoyada en el Artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), recuperó los 50,000 pesos del señor Orozco.

Otro caso en donde se recurrió al Artículo 52 de la LFPC es el del señor Marcelino Velázquez, quien compró una casa en Lomas de la Hacienda y descubrió que estaba hipotecada.

El problema era serio y tanto el señor Velázquez como su esposa temían que en cualquier momento explotara la hipoteca y llegara una orden de embargo. Finalmente, la PFC consiguió que la inmobiliaria pagara la hipoteca.

Una empresa que desde 1976 ha acaparado 563 quejas en su contra en la PFC es "Promotora Habitacional Norte de Anáhuac".

La mayoría de las quejas se refieren a que las casas no han sido entregadas; afortunadamente, la empresa ya ha devuelto más de 7 millones de pesos a 150 consumidores afectados, entre quienes se cuentan la señora María Luisa Cerón (recuperó 35,000 pesos) y los señores José Víctor Chuc (recuperó 47,500 pesos), José M. Castillo (34,770 pesos) y Rafael D. Ríos (63,290 pesos).

Otras empresas que causan dolores de cabeza a los consumidores son Asesores, S.A., Financiamiento Inmobiliario S.A., Financiamiento Inmobiliario Urbano, y APYCSA.

Estas inmobiliarias —que tienen varias direcciones fantasma— piden dinero para la construcción y sólo hacen lo mínimo indispensable para no volver demasiado evidente el fraude; aunque a veces ni eso.

En otros casos se ofrecen a remodelar casas ya construidas pero sólo derriban lo ya existente, cobran y se van. Hasta el momento han motivado 16 quejas en la PFC que en total suman millones de pesos defraudados.

AQUI SE CIMENTAN LOS ABUSOS

Dentro de los incontables abusos que se cometen en torno a la vivienda, los expendios de materiales para construcción constituyen un importante renglón.

Algunos de estos negocios, detectados por la Procuraduría Federal del Consumidor, son los siguientes:

— **Materiales "La Esperanza".** Avenida Chimalhuacán 577. Vende la tonelada de cemento gris "Cruz Azul" a 3,000 pesos, pese a que el precio oficial es de 1,700 pesos (al 19 de septiembre de 1980).

— **Materiales Rex.** Avenida Chimalhuacán 307. Vende la tonelada de cemento "Cruz Azul" a 2,800 pesos.

— **Materiales para contrucción de Acayucan 1,** colonia Zenón Delgado. Condicionan la compra de cemento a la compra de grava, arena y otros materiales de menor salida.

— **Colina del Sur S.A.** Santa Lucía 1044. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 5,700 pesos, sin importarles que el precio oficial sea de 2,750 pesos.

— **Materiales San Juan.** Canal de San Juan 88. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 4,000 pesos.

— **Materiales de las Lomas S.A.** Constituyentes 998. Vende la tonelada de cemento gris "Cruz Azul" a 2,500 pesos.

— **Distribuidora Navarro.** Avenida Vasco de Quiroga 1235. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 3,300 pesos.

— **Distribuidora Cristo Rey.** Avenida Escuadrón 201 No. 78. Pese a su beatífico nombre, niega la venta de varilla con objeto de especular con las necesidades del cliente.

— **Materiales "El Olivar".** Avenida Tolúca 261. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 3,300 pesos.

— **Materiales "El León".** Durango 25, colonia Progreso. Hace honor a su nombre, ya que pretende devorar a los clientes con los precios más altos en cemento blanco "Tolteca": 6,600 pesos.

— **Materiales Convento.** Distrito Industrial Reynoso, manzana 8, lote 1, colonia Educación. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 6,000 pesos.

— **Materiales Fray Servando.** Fray Servando Teresa de Mier 964. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 4,138 pesos.

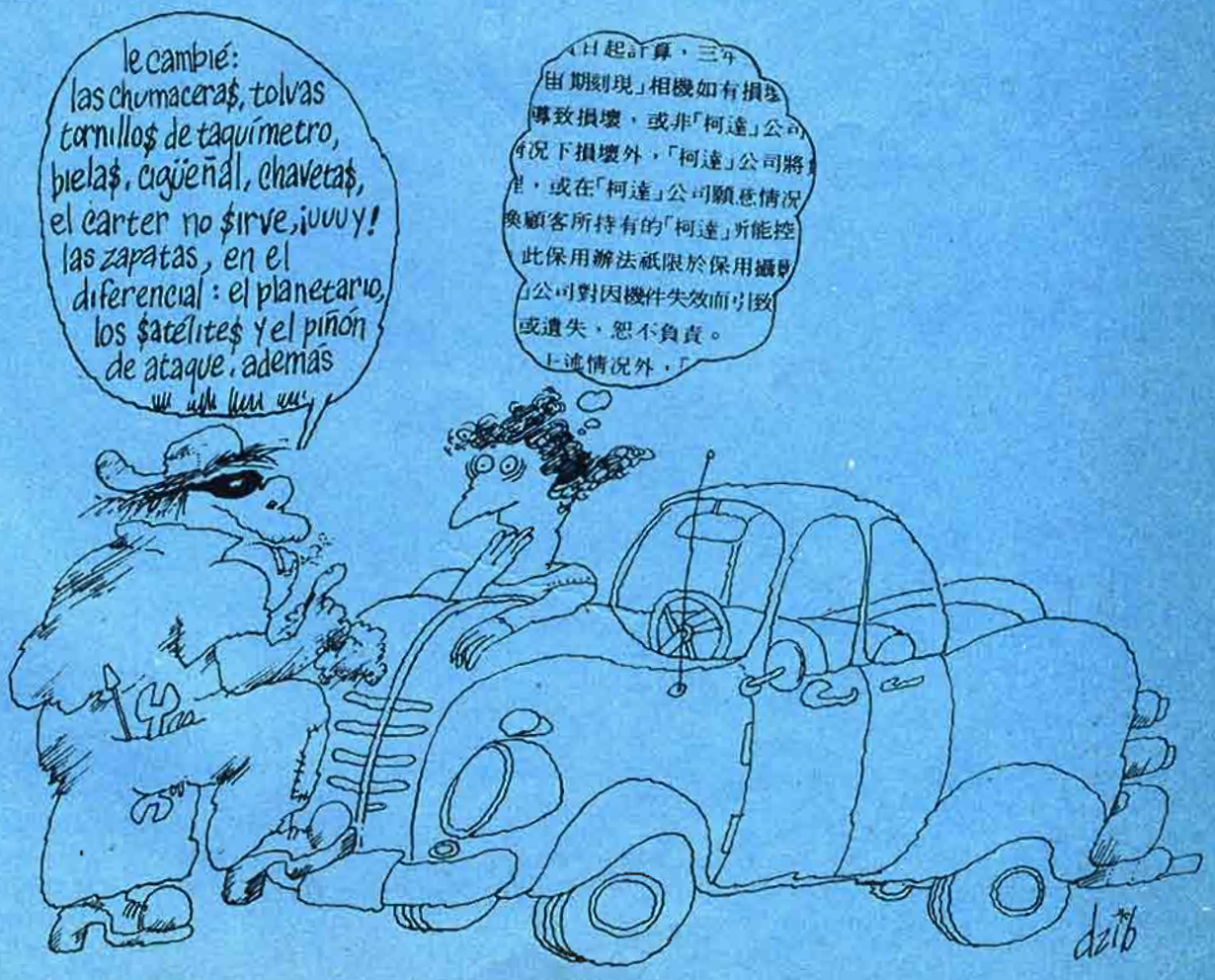
— **Materiales Navarro.** Avenida Santa Lucía 816. Vende la tonelada de cemento blanco "Tolteca" a 5,000 pesos.

Por eso, es recomendable que antes de comprar materiales para construcción revise si el negocio al que acudirá está en la lista. Si está, tenga cuidado; si no está, también, ya que si bien es cierto que son todos los que están, no están todos los que son.

154-47-01

Desbielan el presupuesto

Pesadilla inevitable de todo automovilista, los talleres mecánicos constituyen uno de los rubros que más gastos provocan a quien mantiene un vehículo. La posibilidad de evitarlos se acerca más a una utopía que a una realidad; sin embargo, hay algunas precauciones que se pueden tomar al dejar el desprotegido auto en manos del "maestro".



La duración de un automóvil —se sabe— no es eterna. En buena medida depende del trato a que se lo someta. Pero también depende del cuidado en los talleres mecánicos, lo que enfrenta al usuario a un doble problema: por un lado, la desdicha de caer en manos de improvisados que saben cualquier cosa menos de autos; y por el otro, el costo en muchos casos desmesurado de las reparaciones.

El llamado "control de calidad" en los automóviles es más una bonita frase que una realidad. Cualquier usuario podría contarle a quien quiera escucharlo, los enojos habituales en las concesionarias cuando lleva su carro para que le hagan el servicio, el cual no consiste por lo general más que en un simple cambio de aceite —si se lo hacen— y un cambio de platinos. Y peor aún es si el consumidor va a parar a un taller "más barato", que finalmente le sale mucho más caro. Como un callejón sin salida.

Más problemas en partes eléctricas

Una docena de mecánicos entrevistados coincidió en que, en casi todas las marcas que se fabrican en México, la falta de calidad es mayor en los artefactos eléctricos: los platinos, condensadores, bobinas, reguladores de voltaje y alternadores parecen hechos mal a propósito y traen los mayores dolores de cabeza.

La marca más "enjuiciada" por los propios mecánicos, es la Renault; Oscar Vázquez, del "Servicio Vázquez" ubicado en la calzada de Camarones, indica que una de sus fallas principales está en el espesor de la lámina, que por ser muy delgada está expuesta a frecuentes abolladuras. En cuando a la marca Volkswagen, Armando Moreno, mecánico con 35 años de experiencia, explica que si bien desde sus inicios en México (1954) fue aprobado como el vehículo más resistente, el aumento de cilindrada de un mismo motor ha significado mayor consumo de combustible y que el propio motor tenga menos tiempo de duración. Además, es una crítica generalizada actualmente a los VW: la gran cantidad de accesorios de plástico que traen no ofrecen mayor resistencia y sólo pueden adquirirse en las agencias.

Ahí —en las agencias— el problema se hace múltiple. Las garantías son cada vez por menos tiempo y kilometraje, y casi inexorablemente uno tiene que enfrentarse a la lidia con los "técnicos" de las concesionarias, los que siempre encuentran motivos para objetar el "mal uso del coche", con lo que logran un doble negocio.

Los mecánicos se quejan, al unísono, de que **"hay un procedimiento intimidatorio en las agencias, que siempre recriminan al usuario por no recurrir a la agencia dizque especializada, generalizando así un monopolio".**

Luis Lezama, veterano mecánico, reconoce que la desconfianza en contra de los talleres está fortalecida por **"el descuido, la voracidad y el alcoholismo"** que en ellos se da.

Según Cirilo Martínez, mecánico callejero, en muchos casos los clientes son los causantes de que les cobren de más, pues suelen asistir al taller con su propio diagnóstico a base de supuestos, que son habitualmente canalizados por el mecánico, quien cobra así cifras muy elevadas por trabajos muy sencillos. En ocasiones se cobra por un "ajuste de motor", que en los hechos sólo consistió en cambio de anillos y reparación de válvulas.

Y en muchos otros casos ni siquiera esos trabajos elementales están bien hechos, como lo que le sucedió al señor Daniel Ordaz, quien llevó su auto a la agencia "Ola Polanco" para que le cambiaran anillos y al salir confiado del taller casi se mata en la esquina. La causa: los frenos habían desaparecido. Cuando volvió para que se los repararan, no quisieron hacerse responsables de esa nueva falla. Según los mecánicos, ellos no tenían la culpa de que el auto ya no tuviera frenos.

Abundan los malos trabajos

Son muchos, pues, los motivos de descontento de los automovilistas que por una u otra razón se ven precisados a recurrir a talleres mecánicos. Tan es así, que desde su creación y hasta fines de septiembre de este año la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC) ha recibido más de 60 mil quejas en contra de talleres y empresas concesionarias. Las principales causas de querella —informa la propia PFC— son: en un 50.8% trabajos deficientes; en un 29.4% el retraso de la entrega y en

Empiezan las dificultades, la batalla con el mecánico será inevitable.

un 11.5% los daños y/o pérdidas de los vehículos a reparar. El resto se debe a cobros indebidos, trabajos no autorizados y otros.

Y hay casos verdaderamente asombrosos, dignos de antología, como el que le ocurrió al señor Enrique Mejía, agente de ventas. Para él su Dodge es fundamental en su trabajo; un buen día tuvo que llevarlo a arreglar a causa de un problema en el diferencial. **"Me habían hablado de 'La Cochera de Jimmy' que está por la zona rosa, donde me presupuestaron cinco mil pesos por la compostura. Me dijeron que iba a estar en cinco días y al final estuvo en 10. Cuando me avisaron que ya estaba el carro, fui a buscarlo y en la esquina se me quedó y tuve que meterlo a un estacionamiento. Volví inmediatamente al taller y me dijeron que iban a ir a verlo. Así me tuvieron una semana. Mientras no tenía mi carro tuve que alquilar uno para hacer mi trabajo. Finalmente decidí ir y prevenirles que si no me arreglaban mi carro iría a la PFC. En ese momento hicieron algo insólito: me encerraron en una de las oficinas y amenazaron con golpearme si iba a donde había dicho. Lógicamente, saliendo de allí me fui para la PFC e hice la correspondiente denuncia".** Se llevó a cabo la audiencia de conciliación y finalmente, tras constantes negativas, "La Cochera de Jimmy" tuvo que pagar la reparación del auto en otro taller.

Lento y mal

El caso de María Guadalupe White también es representativo: ella empezó a notar que su VW 74 tenía problemas de suspensión, por lo que acudió a "San Juan Automotriz, S.A." ubicada en Calzada de Tlalpan. **"Me habían recomendado ese taller unas amigas que tenían asegurado su coche y que allí se los reparaban. En ese lugar me dijeron que efectivamente lo que tenía mi carro era la suspensión vencida, que me iba a costar 16,400 pesos y que lo entregarían en un mes. Esto fue en mayo y pese a que me cansé de ir, apenas me lo dieron en agosto. Cuando lo fui a retirar me dijeron que también le habían arreglado la dirección y que por ese concepto me cobrarían 1,500 pesos más. Como yo ya quería mi carro pagué y me lo llevé. A partir de ese momento empezó a fallarle el clutch y las varillas de las velocidades se salían a cada rato. Pero eso no fue lo peor. Un día, andando por el viaducto noté que el carro se empezaba a bajar. De pronto empecé a oír un tremendo ruido en la parte de abajo del coche. Tuve que parar y al bajarme me llevé la sorpresa de mi vida: el coche estaba totalmente caído y el chasis tocaba el pavimento. No tuve más remedio que abandonarlo en medio del viaducto. Al día siguiente lo llevé con una grúa al taller".** El auto estuvo en "San Juan Automotriz" más de 20 días sin que lo repararan, hasta que la señorita White se decidió a presentar su queja ante la PFC. Esta, después de dos audiencias obligó a los proveedores del servicio a que compusieran el automóvil sin cargo extra, en un plazo no mayor a los 15 días.

Como estos casos, existen muchos otros que cotidianamente atiende la PFC, de los cuales alrededor del 86 por ciento han sido resueltos a satisfacción del consumidor.

Por último, podemos decir que a pesar de que el trato con mecánicos automotrices resulta espinoso, pueden evitarse mayores complicaciones siguiendo algunos principios elementales: tener mucho cuidado en la elección de un mecánico; vigilar y checar que cada refacción cambiada le sea demostrada (exigiendo las piezas viejas que se cambiaron, por ejemplo); pedir presupuesto antes de cada arreglo; exigir comprobante por escrito. Y si pese a todo surgen dificultades, acudir a la asesoría de la Procuraduría Federal del Consumidor, en Carmona y Valle No. 11, colonia de los Doctores.

DICCIONARIO ANTICONSUMISTA

LABIA: Facilidad de palabra, rapidez verbal, fonética y encanto del "Perfecto Vendedor". Se emplea para ofrecer fraccionamientos, autos nuevos y usados, camisas y camisetas, perfumes y variados cosméticos, inmuebles, muebles, televisores, radios, trajes y vestidos. Bella música funcional que acompaña las melodías de tiendas y supermercados. Retórica del confort.

LABOR: Trabajo, tarea, horario del taller, la fábrica, la oficina, ocupación, cansancio, obra, colas para el camión, chamba, oficio, profesión, tiempo completo de ganarse la vida. Se cambia por un salario. Se despilfarra (a veces) en el indiscriminado consumo.

LADRON: Persona de condición humilde, por lo general sicópata, dedicada al robo. Sinónimo de atracador, bandido, malhechor. Dícese también de la persona de mayores recursos económicos, dedicada a ocultar y acaparar productos necesarios de consumo.

LANA: Forma coloquial para referirse al dinero. Ante la fiebre consumista, proverbio que dice "ir por lana y volver trasquilado", o lo que es lo mismo: sufrir pérdida en una cosa en que se creía que iba a ganar o sacar provecho.

LIBACION: Efusión de vino o de otro licor. Negocio de la cantina, el bar, el hotel turístico, que exalta el simple acto de beber de acuerdo al estatus de cada quien, al buen o mal sentido del consumidor. Los antiguos libaban en honor de los dioses. Nuestros contemporáneos, en homenaje a la Diosa del Consumo. Dícese también de cierta forma del machismo en detrimento de la economía familiar.

LOCAMENTE: Con locura. Pasión ante la posibilidad de comprar mucho con la tarjeta de crédito.

LIVIDO: Pálido, color amoratado, taquicardia, también sorpresa al ver la suma gastada con la tarjeta.

LUJO: Suntuoso, espléndido, con mucha fastuosidad, magnificencia, riqueza, etc. Mito de lo instantáneo. Delirio de grandeza de la clase media. Por lo general: pobreza del sentido común.

210-115-01

LO QUE HAY QUE SABER SOBRE EL CREDITO (IV)

Préstamos bancarios: piense, calcule y si puede, evítelos

Entre los intereses altos y los abonos largos, este tipo de crédito puede terminar quebrando la estabilidad de cualquier presupuesto.

El mexicano, tradicionalmente, ha sido usuario de créditos, cualquiera que sea su posición económica o social. Sin embargo, es mucho menos común que el ciudadano conozca exactamente las estructuras de los sistemas crediticios, lo que ha llevado a que frecuentemente se cometan abusos en su contra.

De todos modos, la limitada capacidad de compra de vastos sectores de la población, la impulsa a seguir recurriendo a menudo a sistemas que puedan estar a su alcance. Así, las instituciones bancarias han desarrollado algunas modalidades crediticias para proporcionar servicios a sus cuentahabientes. Aunque la mayoría de la población no puede obtener fácilmente estos créditos, igualmente, importa conocer con mayor certeza las ventajas y desventajas de los llamados préstamos personales, a los que pueden tener acceso los integrantes de las clases medias.

En primer lugar, cabe distinguir entre las dos modalidades bancarias más frecuentes: los **préstamos personales** propiamente dichos, y los llamados **préstamos para la adquisición de bienes de consumo duradero** (conocidos como créditos ABC).

La diferencia sustancial entre ambas formas radica en que:

• Los **créditos personales** tienen por objeto proporcionar una determinada suma de dinero a una persona, mediante la firma de un pagaré. La persona se obliga a devolver la cantidad en un plazo determinado, pagando en plazos y con un interés a favor del Banco. Estos créditos son liberados, lo que quiere decir que el consumidor los puede destinar al fin o uso que él quiera.

• Los préstamos ABC, en cambio, únicamente pueden ser destinados al fin o uso para el que se pidió el crédito. Como su nombre lo indica (Adquisición de Bienes de Consumo), el consumidor sólo puede destinarlo a la compra de bienes como automotores, muebles, aparatos eléctricos, equipos de trabajo, etc. También se obtiene mediante la suscripción de un pagaré, el que deberá ser cubierto incluyendo los intereses previamente establecidos.

Los recovecos de los préstamos personales

Dado el bajo poder adquisitivo de gran parte de la población, estos préstamos gozan de gran popularidad actualmente. Con el fin de establecer la mecánica, las ventajas y las desventajas, los técnicos del INCO efectuaron una investigación

entre cinco de las principales instituciones bancarias que los otorgan, asumiendo los investigadores la postura del consumidor común que va a solicitar información sobre las posibilidades de obtener estos créditos.

Una de las primeras conclusiones a las que se arribó, es la de que, en principio, los bancos dan preferencia en el otorgamiento de sus préstamos, a aquellos consumidores que tienen alguna relación con los mismos (cuentas corrientes, cuentas de ahorro, otros créditos).

Mediante el llenado de una solicitud, cualquier persona mayor de 21 años (18 años, si es casado), puede pedir estos préstamos si tiene ocupación, comprueba ingresos y da referencias bancarias, comerciales o personales a satisfacción del Banco respectivo. En los casos en que se trate de préstamos personales, los Bancos suelen pedir también un aval.

Las decisiones últimas son, en todos los casos, arbitrarias y unilateralmente tomadas por las instituciones bancarias, las cuales toman muy en cuenta el arraigo laboral o domiciliario del solicitante (es un signo de estabilidad) y en muchos casos exigen que el mismo tenga un ingreso mensual fijo y determinado.

Los préstamos personales se conceden por cantidades hasta de $ 60,000 pesos como máximo, a plazos generalmente de 12 meses y con intereses que pueden ser del 12% anual global o del 16 al 19.5% sobre saldos insolutos.

Un aspecto muy importante que los solicitantes deben tener en cuenta es que los bancos cobran siempre los intereses por anticipado, es decir al momento de conceder el préstamo, además de que exigen que el acreditado mantenga un cierto saldo compensatorio en cuentas de ahorro, de cheques o en inversiones. A ello hay que sumarle los gastos de investigación y manejo de cuentas.

Por ejemplo: si usted obtiene un préstamo personal por 20,000 pesos, se le descuentan automáticamente $2,400 por concepto de intereses (12%). Usted deberá mantener, asimismo, un mínimo de 1,000 pesos (5% del crédito) en una cuenta de ahorros y se le cobran 100 pesos por investigación y manejo de cuenta. De modo que se le descuentan 3,500 pesos y lo que realmente se puede disponer al recibir el préstamo consiste en 16,500 pesos en lugar de los 20,000 pedidos.

Además, el pago en 12 mensualidades de esa cantidad neta recibida asciende la tasa de interés real sobre saldos insolutos al 27.95% anual, en vez de la tasa nominal del 12% anual que dice cobrar el Banco (variable según la institución).

... Y el caso de los préstamos ABC

Cuando la solicitud es por un préstamo para Adquisición de Bienes de Consumo, suele ser más fácil su obtención por cuanto el crédito tendrá una garantía real, que será el mismo bien que se adquiera con el importe solicitado.

Sin embargo, el sistema es más complejo, ya que el monto de estos créditos es mayor. Por esa razón, el nivel mínimo de ingresos que se le exige al solicitante es también más alto.

Otra condición es aquella por la cual el solicitante debe aportar como mínimo el 20% del valor del bien que desea adquirir, de modo que el crédito en realidad será por el 80% del valor del bien que queda en garantía. También es obligatorio, según exigen los bancos, que se contraiga un seguro para el bien, y la factura de compra se deberá endosar a la institución bancaria hasta tanto se termine de pagar el crédito. Aún más, algunos bancos exigen también la firma de un aval.

En tales condiciones los créditos ABC registraron límites máximos de $150,000.

En cuanto a los plazos para amortizar estos préstamos, son mayores que en el caso de los préstamos personales, y oscilan entre los 23 y 36 meses.

En estos casos, las tasas de interés que cobran los bancos por lo regular operan sobre saldos insolutos, y van del 18 al 25% anualmente.

Algunas instituciones bancarias, finalmente, exigen también que el solicitante mantenga saldos compensatorios en cuentas de ahorros o cheques. Asimismo, por investigación y manejo de cuentas se hacen cobros (de 200 pesos o porcentajes según el monto del crédito, que puede variar del 1.5 al 4.5% según los plazos). Y por último, los intereses moratorios deben ser establecidos claramente, si serán globales o sobre saldos insolutos, pues llegan a cargar el 6% adicional a la tasa pactada.

Conclusiones y recomendaciones

En el caso de los préstamos ABC, es importante destacarlo, también se descuentan por anticipado los intereses, lo que obviamente debilita sensiblemente la disposición de dinero una vez que el solicitante recibe el préstamo.

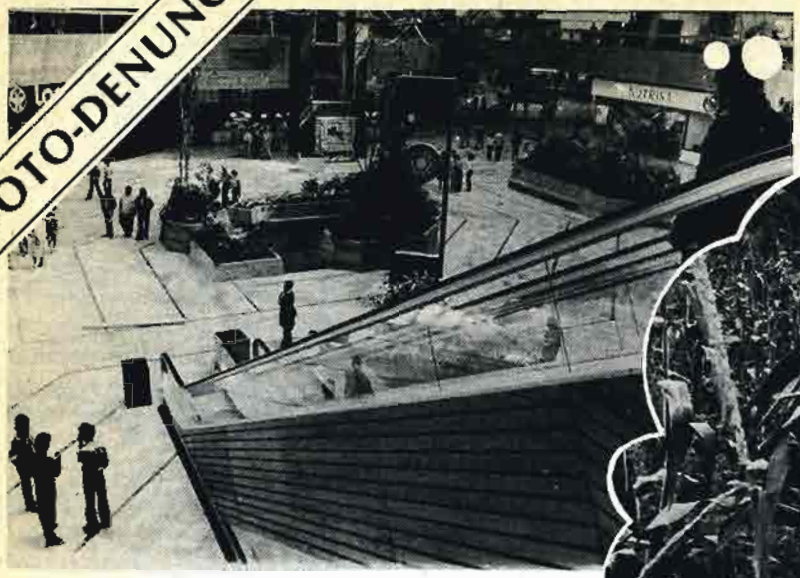
Pero una de las principales conclusiones de la investigación realizada, se refiere a que varias de las instituciones bancarias que otorgan estos préstamos basan su interés en saldos anuales globales, lo cual sería, de hecho, violatorio del Artículo 25 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; de igual manera, lo inherente al hecho de cobrar los intereses por anticipado en el caso de los préstamos personales. Sin embargo, las instituciones bancarias se rigen por la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.

Las principales recomendaciones que debe tener en cuenta el consumidor, antes de solicitar un préstamo de este tipo ante cualquier institución bancaria, son:

- Analice las posibilidades de obtener el préstamo por otras fuentes, con la familia, amistades o prestaciones del lugar donde trabaja, considerando de preferencia esta última (Fonacot, Issste, etc.)
- Analice la manera -preferible- de tener un fondo propio de ahorro, para cualquier contingencia, a modo de no tener que recurrir al pago de altos intereses.
- Considere que estos préstamos debilitan inexorablemente su presupuesto familiar, dada la tasa de interés que le cargan, y que se le descuenta por anticipado.
- Considere, asimismo, que deberá solventar la deuda durante un largo tiempo, a lo largo del cual seguirá necesitando pagar alimentos, vivienda, vestido, médicos, educación, etc., los que día a día aumentan de precio. No confíe en que el préstamo le solucionará todo; muchas veces complica más de lo que soluciona.

[Subdirección Técnica - INCO Estudios Económicos]

FOTO-DENUNCIA



Cada vez que vemos el Perisur nos acordamos del SAM

- Porque ya había suficientes centros promotores del consumismo.
- Porque —tal como sostiene una reciente campaña de difusión— "el campo es primero".
- Porque la estimulación del consumo superfluo no resuelve, sino que empeora, el drama que padecen millones de mexicanos: la falta de productos básicos para su supervivencia.

***Una canasta básica para Navidad Pág. 44**

***El calamar está barato: aprovéchelo Pág. 40**

***¿Cuánto cuesta el boleto de cine por T.V.? Pág. 44**

***Medicamentos de ajo: mejor es al natural Pág. 45**

173-46-01

Aguila con su aguinaldo

[Coordinación: Norma Sinay]

Por ley, todos los trabajadores recibirán en este mes el aguinaldo a que tienen derecho y que equivale, por lo menos, al salario de 15 días de trabajo.

Es importante señalar que aun quien no haya trabajado todo el año tiene derecho a recibir una parte proporcional de acuerdo con el tiempo que estuvo laborando.

En el caso de los trabajadores al servicio del Estado, el aguinaldo representa el salario de 40 días y se reparte en dos pagos iguales: el primero en la primera quincena de diciembre, y el segundo en la primera quincena de enero.

Los beneficios que este derecho reporta al trabajador son importantes; sin embargo, cabe destacar que las campanas del consumismo tañen con más sonoridad en este mes, para apoderarse —en sólo un momento— de la gratificación percibida tras un año de esfuerzos. Es así que una investigación del Instituto Nacional del Consumidor (INCO) realizada en los estratos medio y bajo durante 1979, detectó que solamente el 16 por ciento de los trabajadores destinó el aguinaldo para ahorro, el 6 por ciento lo utilizó para saldar deudas atrasadas y el 60 por ciento lo gastó totalmente. El resto lo repartió en esos tres rubros.

Los trabajadores que gastaron el aguinaldo, lo distribuyeron en los siguientes renglones:

Ropa y calzado	21.3 por ciento
Pago de deudas	17.5
Juguetes	12.9
Regalos	10.4
Cena de Navidad	9.9
Vacaciones	8.9
Mobiliario y aparatos domésticos	6.8
Bebidas alcohólicas	3.9
Fiestas y posadas	2.7
Varios	6.2

De lo anterior se concluye que cerca del 50 por ciento del aguinaldo es derrochado. Por eso, una opción para que consuma y no reste los beneficios del aguinaldo, pudiera ser la siguiente:

Ahorro y liquidación de deudas	45 por ciento
Ropa y calzado	20
Mobiliario y aparatos domésticos	15
Recreación y vacaciones.	10
Juguetes, regalos y gastos navideños	10

Subdirección Técnica-INCO
Estudios Económicos

LAS CUENTAS CLARAS

Calamar a 30 pesos kilo

Se ha constituido en una tradición la cena de pavo en la Nochebuena, lo que también provoca que en esta temporada los precios —de por sí elevados— suban a niveles desmesurados. Pero... ¿No se le ha ocurrido sustituir el convencional pavo por otros alimentos? ¿Mariscos, por ejemplo? Porque resulta que precisamente en este tiempo el calamar —delicioso marisco— se consigue a 30 pesos el kilo y se puede cocinar de muchas maneras, dignas de una mesa de Navidad.

A pesar de que en nuestras costas tenemos una gran riqueza alimentaria, los mexicanos estamos mal educados en cuanto al consumo de mariscos. Debido a esto sucede que las especies más conocidas son también las más caras. El camarón, el langostino y el cangrejo llegan a costar hasta 400 pesos el kilo. Entonces, ¿ por qué no incursionar en el consumo de pulpo (alrededor de 50 pesos kilo), almeja (la hay desde 25 pesos kilo) o el mencionado calamar ?

Porque también es un error muy común el creer que las especies más caras son las de mayor valor nutritivo. La cantidad de proteínas es semejante en todos los mariscos y sólo se encuentran diferencias significativas entre los frescos y los secos: mientras un kilo de calamar fresco contiene 164 gramos de proteínas, la misma porción de calamar seco posee 620.

Los mariscos contienen además una buena cantidad de vitaminas del complejo B —elementos vitales para conservar los tejidos nerviosos y la eficiencia de los procesos de transformación de los alimentos en energía— y minerales, esenciales para conservar huesos y dientes sanos.

Asimismo, al tener poco tejido conjuntivo resultan fácilmente digeribles, mucho más que la carne de cerdo o de res. Y, para quienes cuidan su peso, hay que mencionar que su contenido de grasas es muy bajo.

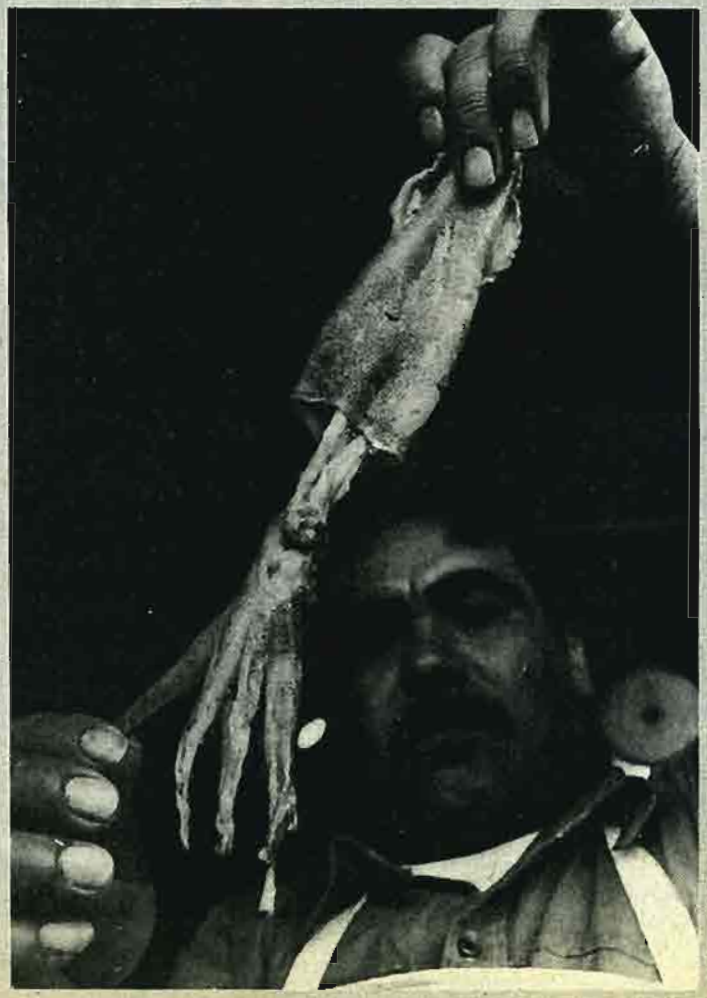
Muchas personas, a pesar de conocer las múltiples ventajas de estos alimentos, no se animan a comprarlos por temor a que estén en mal estado. He aquí unas orientaciones para reconocer cuándo el marisco está fresco:

Calamar y Pulpo: su color natural es gris, si tiende al rojo significa que está malo. El calamar de mejor calidad es el conocido como "calamar americano" de color gris claro, de unos 20 centímetros y que tiende a ser largo, delgado y duro.El "calamar mexicano" suele ser tierno, redondito y de color gris oscuro.

Ostión, Mejillón y Almeja: la regla general para conocer su frescura es fijarse en la concha. Cuando está cerrada es síntoma de calidad, pero si está abierta, desconfíe. Por eso, es preferible pedir que los abran en su presencia, así no hay lugar a dudas. Es recomendable, además, que el ostión sea de tamaño chico o mediano, pues el grande suele tener un sabor desagradable y "picoso".

Abulón y Lapa: generalmente no presentan casos de descomposición. En lo que hay diferencias es en el grado de consistencia, que varía según el color; que puede ser negro —es el más duro—, rojo, azul y amarillo; este último es el más tierno y recomendable. La lapa es de una sola clase; es escasa y llega a venderse como sustituto del abulón.

Jaiba y Cangrejo: cuando la carne se siente batida, como masa, es que ya no está fresco el producto. Debe buscarse la carne con las



hebras de tejido enteras. Aunque hay diversos tamaños de jaiba, todas son de la misma calidad.

Camarón: si es cocido debe ofrecer cierta resistencia a la presión de los dedos, pues cuando está en mal estado la carne es blanda y se deshace. Si el camarón está crudo debe tener un color blanco, verde o rosa; si tiende al rojo ya no está fresco.

De todas maneras, lo más recomendable es guisar los mariscos el día que se compran. De no ser así, lo adecuado es congelarlos. Para descongelarlos lo mejor es hacerlo poco a poco, pasándolos con anticipación del congelador al refrigerador. Descongelarlos bajo el chorro de agua perjudica la calidad de los productos, sobre todo cuando se hace con agua caliente. No es adecuado congelar el producto más de una vez, porque pierde su valor nutritivo.

La sugerencia es aprovechar los mariscos de cada temporada, que resultan mucho más baratos. Para ello, dos recetas para cocinar pulpo y calamar, las especies más económicas en esta época:

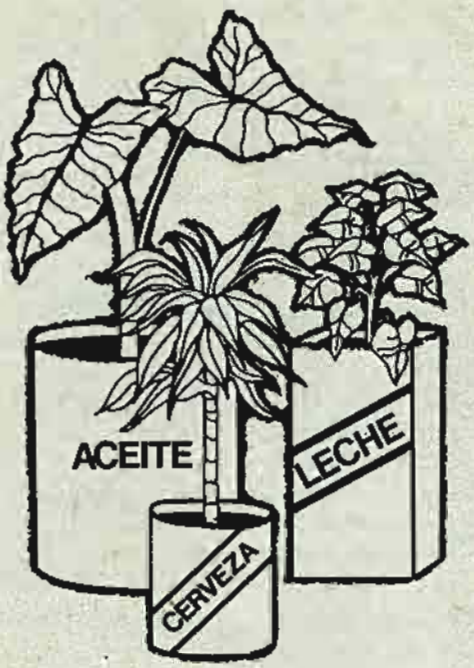
Filete de calamar: Compre calamar grande en trozos. Póngalo a cocer en agua con sal hasta que los trozos se sientan blandos al introducir un tenedor. Ya fríos, quíteles el pellejito y rebánelos a lo largo, límpielos también por dentro. Prepárelos como milanesas: enharínelos, páselos por huevo batido y posteriormente por pan molido (recuerde que este ingrediente puede hacerlo del pan blanco que sobra y se endurece). Fríalos hasta que se doren y sírvalos acompañados de ensalada o arroz.

Pulpo a la marinera: Lávelo perfectamente, quitándole lo que se llama "piedra" y "tinta". Póngalo a remojar en vinagre o limón unos 20 minutos para que se le corte lo baboso. Hiérvalo con yerbas de olor y sal, de dos a tres horas, hasta que se sienta blando al introducir un tenedor. Se seca y se pica en trozos pequeños. Posteriormente se pone a freír ajo en aceite y se agrega el pulpo con cebolla picada hasta que acitrone. Se le agrega tomate, aceitunas picadas y chile güero. Se sirve con perejil picado y arroz.

[Elvia Isela Ochoa]

PROHIBIDO TIRAR

Siembre para siempre



En las 42 hectáreas del Vivero de Coyoacán, que como un pulmón se sitúa en un sector del sur capitalino, se pueden admirar arbolitos de tejocotes, mangos y guayabas, entre otros, que emergen aún pequeñitos de descoloridos botes de leche o latas de cerveza que, sin duda, están más contentas de su destino en este vergel que en un maloliente basural.

Esto es parte de un programa que lleva a cabo la Dirección de Reforestación y Manejo de Suelos Forestales, en colaboración con la Secretaría de Educación Pública, "**con el que se pretende convencer a los mexicanos de los beneficios que proporcionan los árboles y enseñarles los pasos fundamentales para lograr uno en las condiciones óptimas posibles**", según explicó el ingeniero Marco Aurelio Buenrostro.

Sólo se requiere un mínimo espacio al aire libre y la imaginación, pues prácticamente todos estamos en contacto con los elementos necesarios para producir y dejar desarrollar árboles de diversos tipos, sin que ello signifique desembolsos extras.

Basta con aprovechar las latas vacías de cerveza, los botes de leche, los envases de aceite para autos y muchos otros recipientes que contendrán la pequeña semilla generadora de los arbolitos.

Tampoco las semillas implican un gasto, pues lo adecuado es sacarlas directamente de un fruto de aquellos que a diario comemos: naranjas, guayabas, manzanas, que generalmente terminan en la basura su ciclo de vida.

La semilla deberá ser sembrada en tierra que también puede estar constituida por desechos. En un tambo vacío se pone, por capas, tierra, huesos, papel, hojas secas, cáscaras de frutas, estiércol de animales y otras materias orgánicas naturales que tengamos a nuestro alcance. Revolviendo todo esto periódicamente se puede obtener, al cabo de unas semanas, una tierra de muy buena calidad que se pone en los botecitos elegidos, en proporción de un 30 por ciento, mezclada con un 70 por ciento de tierra común y corriente.

Aunque la semilla puede plantarse inmediatamente después de ser extraída de la fruta, siempre resulta más conveniente desecarla algunas

¿DONDE PUEDO CONSEGUIR UNA LICUADORA BARATA?

LLAME AL **568 87 22**
SERVICIO DE
PRECIOS POR TELEFONO

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

horas al aire y al sol. Entonces sí, se pone en la tierra enriquecida y, dependiendo de la especie que se haya plantado, demorará entre tres y 30 días en germinar, siempre y cuando hayamos seguido los mínimos cuidados de colocarla en tierra floja y no muy profunda y situar el bote contenedor allí donde el aire, el sol y el agua le lleguen de manera gradual.

Esperemos entonces a que el arbolito adquiera una estatura de 25 a 30 centímetros para cambiarlo a su lugar definitivo, donde crecerá y se desarrollará en todo su esplendor. Hay que cavar previamente un agujero de 40 centímetros de profundidad por 40 de diámetro, revolver la tierra que de ahí salga con la tierra mejorada preparada previamente, e introducir el retoño cuidando que quede aproximadamente al mismo nivel que había alcanzado en el bote contenedor, el que en ese momento debe ser abierto para liberar la raíz en tierra firme.

Eso es todo; con los mismos elementales cuidados gozaremos de los beneficios de un arbolito que, además de adornar, ayudará a purificar el aire y quizá hasta llegue a darnos frutos.

Entonces ¡manos a la obra! Y si precisa mayor información, en los Viveros de Coyoacán (Progreso No. 1 esquina con Av. Universidad) encontrará personas dispuestas a proporcionarle la orientación que requiera sobre esta materia.

(Ximena González)

COMITES DE CONSUMIDORES

Colonia Verónica Anzures

Aunque se quejan de la apatía de la comunidad, los miembros del Comité de Defensa del Consumidor de la colonia Verónica Anzures no desmayan en su actividad. La señora Esperanza Olmos de Navarro —que preside el Comité— ha encontrado una eficaz manera de relacionarse y dar a conocer los servicios que pueden prestar: coordina sus actividades en defensa de los vecinos-consumidores con las que, como madre, realiza en la escuela Profesor Sabino Rodríguez. De este modo, ha encontrado un vínculo fácil de comunicación con las madres y jefes de familia del sector, lo que además le permite tratar en forma global los problemas comunes.

Afortunadamente, un gran número de amas de casa de esta colonia tiene acceso a la tienda de Petróleos Mexicanos, en donde los productos se expenden a un precio moderado, generalmente ajustados a las normas oficiales, e incluso por debajo de dichas normas. También existe en el sector una tienda Conasupo cuyo concesionario es respetuoso de los precios y las disposiciones oficiales.

"No ocurre lo mismo con todos los comercios", aclara la señora de Navarro. Un ejemplo: a pocas semanas de haberse iniciado el año escolar, las papelerías de esta colonia no habían respondido a los llamados de las autoridades y aprovechaban las compras masivas de los estudiantes para aumentar exageradamente todos los precios. Por este motivo, tanto los padres de la escuela Sabino Rodríguez como los maestros se pusieron de acuerdo para no comprar en aquellos comercios cuyos dueños cometen abusos, denunciándolos además a la PFC.

"Otro punto importante de nuestra tarea —explica la presidenta del Comité— **es que nos hemos organizado para difundir el periódico y la revista que publica el INCO. Eso nos ayuda, por ejemplo, a orientar a la gente en temas como los del IVA, ya que muchos comerciantes burlan hasta donde pueden la disposición de mantener en un lugar visible la lista de precios, así como la nómina de los artículos que no pagan el IVA".**

Por otra parte, el Comité está investigando la seriedad de algunos institutos de enseñanza del idioma inglés, cuyos promotores se han dedicado a visitar las escuelas de Anzures ofreciendo rebajas y becas. **"Hasta ahora no se ha concretado ninguna denuncia al respecto, y quizás no haya necesidad de presentarlas, si es que la gente está lo suficientemente alerta"**, concluye, esperanzada, la señora de Navarro.

(Ximena González)

LOS FAMOSOS CONSUMEN

Vicente Leñero

—¿Qué es el consumismo?

—Es comprar más allá de resolver las necesidades fundamentales. Y esto, a la larga, se convierte en un vicio, un hábito, una costumbre. Consumismo es comprar una crema especial para rasurarse, cuando en realidad bien puede uno usar jabón; o buscar el detalle que no implica el gusto personal sino la tendencia de la mayoría. El consumismo, en fin, es comprar con una especie de gula.

—Y usted, ¿se considera buen consumidor?

—Le voy a dar un ejemplo: entro a Aurrerá con mi mujer, cada 15 días, y compro más de lo que estrictamente me gustaría, motivado por ese

contagio de comprar cosas, de dejarme llevar por una marca en vez de otra, cuando al final de cuentas casi todas son iguales. Yo no me considero consumista, pero es muy fácil dejarse envolver por el mundo del consumo.

—¿Vive de acuerdo con sus ingresos?

—En mi casa, los ingresos son en parte míos y en parte provienen de mi mujer. En realidad, nunca llevo las cuentas, pero no acostumbramos estar endeudados; a menos que ahí se considere una hipoteca que aún debo.

—¿Se deja tentar por la "fayuca"?

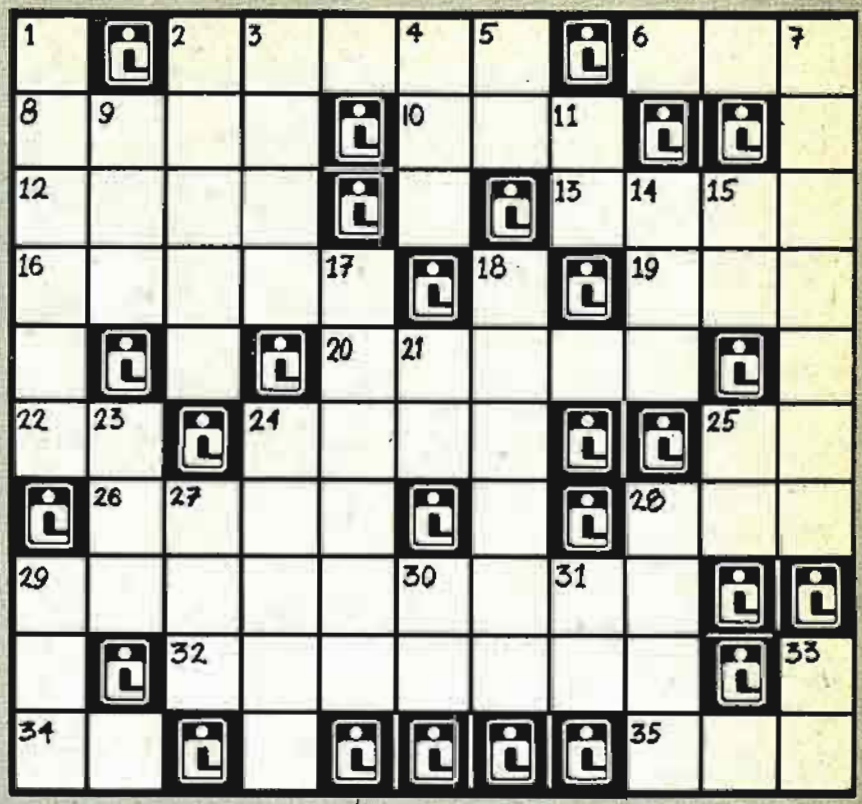
—A veces. Mi esposa es de Mexicali, y eso nos facilita la compra de productos que por su calidad o por su precio son mejores que los nacionales.

(Susana Rodríguez)

EN INSURGENTES
SUR 1871
SE PUEDE OBTENER
EL MAS RECIENTE
SERVICIO DEL INCO
AL DIA
DE 29 PRODUCTOS
DE ABARROTES
Y 15 PERECEDEROS
EN UNA ENORME PIZARRA
FIGURAN LOS PRECIOS

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CRUZADAS DEL CONSUMIDOR



HORIZONTALES

2) **(y perjuicios);** indemnización que se debe dar a uno para reparar un perjuicio causado (Cualquier duda, recurrir a la **Procuraduría Federal del Consumidor).** 6) Sigla de la Secretaría de Estado que, junto con **Conasupo,** publica "Cuadernos Mexicanos" (Recomendable lectura). 8) Planta originaria de América; produce mazorcas de granos amarillos y es muy nutritiva. 10) Raja de madera resinosa que sirve para alumbrar (Incluso en cortes de luz...). 12) Enfermedad causada por la oclusión intestinal. 13) En letras, número del mes en que se celebran posadas, nochebuena y festividades afines (Muy aptas para gastos superfluos). 16) Golpea la pelota en el beisbol. 19) Adverbio latino que significa **así.** 20) Apellido del personaje de historietas, reportero en la Procu, colega de esta revista unas páginas más adelante. 22) Iniciales **Secretaría de Comercio.** 24) **(flakes);** nombre de las hojuelas de maíz (de entretenidos paquetes... y escasa nutrición). 25) Conductor del noticiero **7 días,** de Canal 13, en el que el INCO presenta su espacio. Primeras dos letras del nombre. 26) Pez de color negro azulado por encima y gris plateado por debajo (A causa de él, casi se arma la "guerra" con EEUU hace un tiempo). 28) Apócope de **casa.** 29) Conjunto de dientes y muelas (Cuídela: higiene, revisión periódica y menos mascar chicles). 32) Capítulo de la **Ley Federal de Protección al Consumidor** (El que se ocupa de las no siempre claras "Operaciones a Crédito"). 34) Afirmación. 35) Al 1871 de Insurgentes..., consulte la gigantesca pizarra con los precios al día. Conviene.

VERTICALES

1) Microbios que provocan la amibiasis (Evite los alimentos antihigiénicos; hierva el agua, lave las frutas y verduras). 2) Abstinencia completa o parcial de alimento (Gordos y flacos, sean prudentes: ni muy muy ni tan tan...). 3) Nitrógeno, gas que forma parte del aire (Por ahora no le cargan el IVA; por ahora...). 4) Iniciales de la **Organización de la Televisión Iberoamericana** (La del Festival de la Canción de igual nombre, cuyos temas **duran** hasta la edición siguiente). 5) Tengo conocimiento. 7) **(Quién es quién en los):** PROGRAMAS DE RADIO Y TV del INCO (Consulte horarios de emisión; obtendrá ahorro$...). 9) Paleta de la hélice (No confundir con las de gusto limón, vainilla etc.). 11) Algo de literatura, bien fácil: Autor francés de **Los tres mosqueteros.** Inic. nombre y apellido. 14) El **marido** de la osa. 15) En números romanos, ciento uno. 17) Pagar, satisfacer una deuda (cuando hay **lana** suficiente...). 18) Depósito para un líquido (gas, por ejemplo. Atención con el contenido y los riesgossss). 21) Tenista mexicano que sigue siendo el de mayor nivel internacional. Inic. nombre y apellido. 23) Del verbo caer. 24) Nombre de una embarcación ligera que tiene un solo palo (Mil disculpas, pero resultó esta palabrita...). 25) Onomatopeya que, repetida, expresa la risa. 27) Abreviatura de **trinitrotolueno** (¡Sopes!). 28) Confusión, desorden. 29) Llamando al 568 ocho siete dos..., precios por teléfono (Cómodo y útil servicio del INCO). 30) Otra de literatura (a no asustarse: no hay más): autor de **David Copperfield.** Inic. apellido y nombre. 31) Igual a la 21 Vertical. 33) Dirigirse.

SOLUCION EN LA PAG. 47

EL RINCON DE LAS PREGUNTAS INGENUAS

• ¿Así que el flamante y recientemente inventado "Día del Comensal" no servía para que todos comiéramos gratis en nuestro restaurante preferido? ¿Y entonces para qué se inventó?

RETIRAN UN COMERCIAL DEL AIRE

En el No. 43 de nuestra revista (ver "Segura indigestión para el campeón comelón") publicamos un artículo sobre el anuncio televisivo de los "Submarinos Marinela": allí señalábamos la inconveniencia de impulsar a los niños a que coman cualquier alimento con la velocidad que sugería este anuncio. Pues bien, la empresa —fabricante de este pastelillo— nos comunica que ya ha retirado del aire este comercial. Y la noticia no puede menos que alegrarnos; la resaltamos y compartimos con todos los consumidores, pues ellos son, en definitiva, los beneficiarios de medidas como ésta.

202-73-01

ENERGIA ELECTRICA

¿Cuánto cuesta el boleto de cine por televisión?

Recientemente se proyectó por televisión la famosa película "El Padrino", con Marlon Brando en el papel estelar. De esta manera, muchas personas pudieron disfrutar de ésta, para muchos, la mejor obra de Coppola. Ojalá y con mayor frecuencia se exhibieran películas de esta categoría a través de la televisión. Sobre todo si tomamos en cuenta que el costo que este espectáculo tuvo en cada hogar fue de un peso con 20 centavos.

Esta cifra se desprende de un estudio que señala que un televisor encendido por una hora representa para el usuario un gasto de 30 centavos por concepto de energía eléctrica. Enorme diferencia si contamos con que la entrada a cualquier cine actualmente oscila entre 25 y 35 pesos por persona.

REGALOS

La canasta básica

Si usted, como muchas personas, está tentado a regalar una de las acostumbradas "canastas de Navidad" que venden en los grandes centros comerciales, sabrá que tiene que desembolsar por lo menos 1,000 pesos en ella. Y esta cifra puede ascender hasta 5,000 pesos si los artículos que contiene su canasta son botellas o latería importadas. Pero ¿no se le ha ocurrido obsequiar una despensa que usted mismo forme, con artículos de primera necesidad? Un presente que además de ser económico es de utilidad para toda una familia, lo que le evitará estar pensando —y gastando— en un regalo para cada miembro.

Basta con adornar una caja y ponerle un bonito moño para que este regalo no tenga nada que envidiar a las canastas comerciales. El contenido puede ser toda la serie

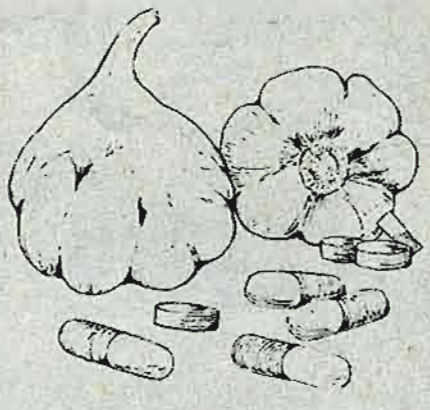
de productos ALIANZA que se venden en cualquier tienda CONASUPO. Aquí le indicamos cada uno de ellos con sus respectivos precios. El gasto total en este obsequio es de 280 pesos.

ARTICULO*	CONTENIDO	PRECIO
Frijol	1 Kg.	14.90
Arroz	1 Kg.	12.90
Aceite Vegetal	1 Lt.	27.30
Manteca Vegetal	1 Kg.	27.30
Harina de Maíz	1 Kg.	5.40
Harina de Trigo	1 Kg.	5.60
Sardinas Enlatadas	425 Gr.	16.60
Frijol Instantáneo	1/2 Kg.	8.50
Leche Proteinada Evaporada	410 Gr.	7.80
Leche Vitaminada Evaporada	410 Gr.	8.40
Chiles Serranos en Lata	215 Gr.	5.70
Chiles Jalapeños en Lata	215 Gr.	5.60
Pasta para Sopa	200 Gr.	2.40
Chocolate en polvo	1/2 Kg.	21.70
Café con Azúcar	250 Gr.	16.80
Café sin Azúcar	250 Gr.	20.50
Galletas de animalitos	360 Gr.	7.00
Galletas Marías	1 Kg.	20.00
Galletas Saladas	1 Kg.	23.90
Jabón de Tocador	100 Gr.	3.10
Detergente en Polvo	1/2 Kg.	7.10
Jabón en Barra (para ropa)	400 Gr.	6.80
SUMA		**275.30**
	+ I.V.A.	4.70
	TOTAL	**280.00**

*Nota: no todos estos artículos de consumo causan I.V.A.

EL CONSUMO NATURAL

¿Cura el ajo?



Seguramente usted ha oído hablar más de una vez de las virtúdes medicinales del ajo, difundidas a últimas fechas por las compañías que actualmente venden grageas y cápsulas "medicinales" a base de ajo deshidratado.

Acaso también usted ha sido seducido por esta publicidad, y ha acudido en busca de este "medicamento natural" —como algunos lo llaman— en cualquiera de sus presentaciones industrializadas; si es así, se habrá sorprendido al enterarse de que su precio oscila entre 120 y 130 pesos la presentación con 99 cápsulas, que —según los fabricantes— equivalen a un diente de ajo crudo cada una.

Sin embargo, no es necesario que deseche la posibilidad de probar los efectos de esta planta, que a decir de los naturistas, resulta un auxiliar eficaz en padecimientos como la artritis y el reumatismo. El ajo, en estado natural, puede conseguirse en cualquier mercado a 40 o 45 pesos el kilo; y si tomamos en cuenta que un kilo contiene alrededor de 40 ajos de tamaño mediano, que hacen un total aproximado de 600 dientes, veremos que el precio es ¡20 veces menor! que el de las cápsulas y grageas.

En México, el ajo —conocido con el nombre maya **Kukut**— tiene una larga tradición en los anales de la medicina natural; son muchos los efectos curativos que se le atribuyen y algunos de los que han estudiado tales virtudes aseguran, entre otras cosas, que es un gran aperitivo (estimula el apetito), que facilita la digestión al estimular la secreción gástrica, eliminando los gases y la digestión dolorosa y que hace las veces de sedante, calmando los nervios y curando el insomnio. Quienes han escrito sobre el tema señalan también que es excelente para eliminar ciertas clases de parásitos intestinales.

Esto no es nuevo; desde tiempos antiguos los posibles beneficios del ajo han inquietado a más de uno. Aristófanes decía que los atletas griegos comían ajo para aumentar su fuerza y vigor; el naturista latino Plinio el Viejo en su "Historia de la Naturaleza" enlista 61 remedios en base al ajo; Herodoto, el llamado padre de la historia, señalaba que los egipcios que construyeron la pirámide de Keops se negaban a trabajar sin raciones diarias de ajo.

Por nuestra parte, no podríamos asegurar que el ajo posea todas las virtudes que se le adjudican; lo que sí se puede decir es que, en el caso de malestares leves, y siempre y cuando no se trate de enfermedades que requieran de atención médica, se puede probar el uso del ajo que, por ser una planta comestible, si no le cura, tampoco le hará daño.

Aunque la mayoría sugiere que se ingiera el ajo al natural, otros proponen su uso en forma de tintura.

La tintura se prepara así: se pelan y pican varios dientes de ajo y se introducen en una botella que contenga alcohol de 96 grados, de manera que el alcohol cubra bien los ajos. Se deja la inmersión de 15 a 30 días, agitando cada día la botella. Transcurrido dicho tiempo se filtra y queda lista la tintura que puede ser usada interna (unas gotas en té, jugo o agua) o externamente (untada). Esto último como callicida o para prevenir y curar piquetes de mosquito.

Contra el insomnio se recomienda la infusión de ajo con leche: se pican varios dientes de ajo y se agregan a un cuarto de leche caliente. La mezcla se deja reposar tres o cuatro horas para que suelte el ajo. Se cuela y se puede endulzar con miel.

Un punto en el que coinciden la mayoría de quienes hablan del tema es que debe utilizarse siempre el ajo crudo, pues los experimentos

hechos con ajo cocido no han dado buenos resultados.

Aunque el ajo es un ingrediente básico en la gastronomía de muchos países, nadie ignora el mal aliento que acarrea, sobre todo cuando se come crudo. Este inconveniente se evita comiendo una ramita de perejil, menta o yerbabuena, al mismo tiempo o después de haberlo ingerido.

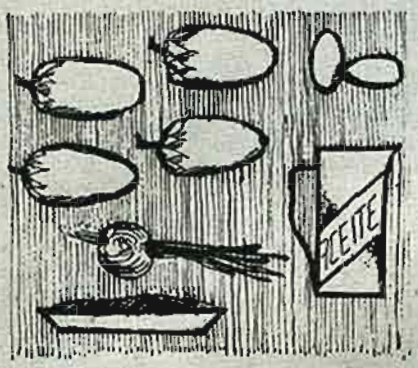
[B.T.]

-0

LAS CUENTAS CLARAS...

Berenjenas rellenas: mucho alimento por poco dinero

Las propiedades nutritivas de la carne son conocidas; sin embargo, el consumo diario de un bistec o una chuleta para cada miembro de la familia, representa un gasto que pocas familias pueden afrontar. De allí que sea necesario encontrar platillos que requieran poca carne, combinando la cuota de proteínas que ésta ofrece con las vitaminas y minerales que aportan otros alimentos. En pocas palabras: combinar el enriquecimiento nutritivo con la economía del hogar.



Desde esta perspectiva, las berenjenas rellenas de carne molida resultan un platillo ideal. En cuanto a lo nutritivo, ofrecen altos porcentajes de proteínas (contenidas en la carne) y buenos valores de hierro y otros nutrientes aportados por la berenjena. En cuanto al gasto, las cifras son elocuentes: mientras un kilo de carne molida de buena calidad cuesta casi 90 pesos y no alcanza para alimentar a toda la familia, un kilo de berenjenas rellenas (el platillo ya preparado), cuesta 64 pesos. Con la diferencia se puede hacer la sopa y el arroz que acompañan a las berenjenas, y ya se tiene la comida del día para una familia de 5 a 7 miembros.

INGREDIENTES

1 kg. de berenjenas (sin empaquetar); 1 huevo; 400 grs. de carne molida de res y cerdo (con poca grasa); 1/4 litro de aceite capullo; cebollita y perejil picados; condimentos al gusto.

PREPARACION.

Se lavan las berenjenas y se les corta el rabo. Luego se les corta a la mitad (a lo largo) y se ponen a hervir, de modo que la pulpa esté en contacto con el agua. Se cuecen hasta que la pulpa esté blanda y luego se dejan enfriar durante 15 o 20 minutos.

El paso siguiente consiste en extraer la pulpa de las berenjenas con una cuchara, procurando que la cáscara no se rompa. Aparte, hay que freír la carne molida junto con la cebollita picada, y añadirle el perejil y los condimentos.

Agregar la pulpa de las berenjenas y, una vez listo este picadillo, rellenar las cáscaras. Por último untarles huevo batido, pan molido y nuevamente huevo, para freírlas ligeramente por la parte del relleno. Se sirven acompañadas de arroz.

LO BUENO-LO FEO-LO INSOLITO-LO MALO-LO BUENO-LO FEO-LO INSOLITO-LO MALO

¡No las queme, aprovéchelas!

La "quema de llantas" es una costumbre que no beneficia a nadie y perjudica a todos. Por eso, en estas fiestas de Fin de Año encuentre otros modos de divertirse, sin contribuir a que aumente el flagelo del esmog. Las llantas en desuso pueden convertirse, por ejemplo, en divertidos columpios para los niños. Pero, sea cual fuere el destino que se les brinde, será mejor que el de "hacerlas humo."

UNA CANASTA LLENA DE..... CARIDADES

por MARGARITA ISABEL

Bueno, pues si no practicamos en este tiempo la caridad, entonces ¿cuándo? Al menos así se dice y hasta se trata de demostrar un ratito en la reunión familiar navideña.

Es un hecho que el sentido de la caridad ha cambiado en los últimos siglos. Cuando yo era niña, oí que decían: "hay que darles una caridad a los pobres", e hice la asociación: Caridad igual a limosna, lástima, dar algo que sobra o estorba a quien no tiene nada y se conforma con poco y hasta nos bendice con un "Dios se lo pague". Así nos lavamos y nos la vamos viviendo caritativos y nos andamos sintiendo las buenas conciencias y hasta nos atrevemos a esperar que de verdad Dios nos lo devuelva.

Caridad es pues, ayudar a los pobres, pero ayudarlos a seguir siendo pobres, a nunca salir de pobres. Es la limosna que se entrega mirando desde arriba y se recibe mirando para abajo. La humillante beneficiencia que nace de los desiguales.

La igualdad...para algunos un ideal, para muchos una extravagancia. Quizá "estos muchos" tengan razón. Cristo era un personaje extravagante para su época y lo sigue siendo para nuestro siglo, cuando los discursos y los actos de igualdad entre los hombres se han congelado en las iglesias frías y se han despostillado en los retablos antiguos que ya sólo sirven para venerar sus silencios. Imágenes de dolorosa y carcomida esperanza, de debilitada fe y caridad hipócrita. Sin embargo, se celebran el 24 y el 25 de diciembre y entre copa y copa y entre abrazos y agresiones se va olvidando lo que se celebra: el nacimiento de la igualdad que cada año se crucifica. El nacimiento de la caridad que se transforma, se debilita, se deforma, pero de pronto se rescata y toma su verdadera forma. Porque todavía quedan cristianos, judíos, ateos (no importa el anuncio luminoso que nos cosen a la espalda y con el que hacemos nuestro baile de presentación), todavía hay algunos, decía, para quienes la caridad tiene un sentido mas activo y profundo porque significa la igualdad y luchar por ella. Para ellos la caridad es amar a los débiles y odiar a quienes los debilitan; para ellos el perdón no es la solución. No perdonan a los que matan, explotan o humillan a aquellos que no saben o no pueden defenderse.

Discúlpenme pero no puedo desearles una feliz Navidad, una alegría total e inconsciente mientras el 50 por ciento de los niños mexicanos está desnutrido, 52 millones de menores de 15 años trabajan en el mundo por salarios miserables, 60 millones de niños en América Latina ya no lloran de hambre porque se les acabaron las fuerzas, 533 millones de niños en Africa, Asia y América Latina se retrasan seriamente en su desarrollo físico y mental por falta de alimento.

Claro, se dice que somos muchos y que lo que sucede es que la comida que se produce en todo el planeta ya no es suficiente para alimentarnos a todos, pero la FAO ha hecho declaraciones contundentes: existen reservas para abastecer a la humanidad entera hasta el año 2000.

Sólo la producción mundial de cereales se calcula en 1,500 millones de toneladas, sin contar con otros productos como las leguminosas y los de origen animal. Por tanto, a cada habitante de la tierra le corresponde 450 kgs. por año. Esto es, más de un kilo al día. Pero ¿qué ocurre? Que mientras en E.U. el consumo anual de alimentos alcanza la cifra de 810 kgs. por semana, en la India apenas llega a 110.

Es la arbitraria distribución del bien más preciado y necesario, el pan, tan monopolizado como el empleo, la educación, la salud y la libertad.

No puedo desear Feliz Navidad mientras exista un lugar en el mundo donde la libertad de expresión se castigue con la privación de la libertad, mientras sea un delito rebelarse con justicia a la injusticia, mientras millones de niños en el mundo no coman y millones de mujeres tengan que venderse para que sus hijos recen cada noche por el pan nuestro de cada día.

SOLUCION A LAS CRUZADAS DEL CONSUMIDOR

NECESITO SABER DONDE VENDEN MAS BARATA LA FRUTA

LLAME AL **568 87 22**
SERVICIO DE
PRECIOS POR TELEFONO

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

NACHO BRAVO

reportero en la Procu.

Guión: Gonzalo Martré
Dibujos: Güidel

"TRAVESURAS DE LA PANTERA ROSA"

EL PANTALÓN ENCOGIÓ Y FAVORECIÓ AÚN MÁS MI ADORABLE FIGURA, PERO...
NO SE LE QUITÓ LA MANCHA, ¿CÓMO VOY A IR A UNA FIESTA ASÍ?
"PARA NO HACÉRCELAS LARGA, LO LAVÉ TRES VECES, LA MANCHA DESAPARECIÓ... ¡PERO EL PANTALÓN ME LLEGABA A LA RODILLA!
¡ESTO NO SIRVE! ¿Y AHORA, QUÉ ME PONGO PARA IR A LA FIESTA?
¿Y QUÉ PASÓ?
FUI A CAMBIARLO Y NO QUISIERON, DIZQUE PORQUE ERA MERCANCÍA DE SALDO.
ENTONCES ME HABLASTE Y TE DIJE COMÓ DEBÍAS DE RECLAMARLES OTRA VEZ.
YO PENSÉ: ¡NO. PARA QUE ME TIREN DE LOCA Y HAGA DOBLE CORAJE, NO!
INSISTÍ QUE PROBARA EN CONCILIACIÓN TELEFÓNICA DE LA PROCU, DONDE TRABAJO.
¡Y RESULTÓ! ¿VIERAS QUÉ RÁPIDO, GORDITO? EL GERENTE VINO PITANDO A DEVOLVERME EL DINERO, ESTA MAÑANA.
FUNCIONÓ EL CONSEJO, ¿EH?
LO MALO ES QUE TUVE QUE TRAER ESTA HORRIBLE FALDA.
LO BUENO ES QUE SE HIZO JUSTICIA; VENTE, VAMOS A CELEBRARLO.
LO MALO ES, FINALMENTE, QUE SE VA CON ÉL. ¡INGRATA!

LO IMPORTANTE ES EL JUEGO NO EL JUGUETE

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

LOS BUENOS PROPOSITOS DE AÑO NUEVO 1981

NO

no compre útiles INUTILES

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

RECORTELOS, PEGUELOS Y CUMPLALOS

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Lo MEJOR DE LA VIDA ES GRATIS

RECUERDE QUE GASTAR DE MAS ES COMO GANAR DE MENOS

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Que el consumo no nos consuma

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

REGALE CON EL CORAZON

REGALE AFECTO NO LO COMPRE

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR